

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

FABIANA FLORIO DOMINGUES

**ENTRE COMIDA, ARTESANATO E... FULERAGEM? UMA ETNOGRAFIA NA
FEIRA DE ARTESANATO E ARTES DA PRAÇA DOS NAMORADOS**

VITÓRIA

2016

Fabiana Florio Domingues

**ENTRE COMIDA, ARTESANATO E... FULERAGEM? UMA ETNOGRAFIA NA
FEIRA DE ARTESANATO E ARTES DA PRAÇA DOS NAMORADOS**

Dissertação de Mestrado apresentada
ao Programa de Pós-Graduação em
Administração do Centro de Ciências
Jurídicas e Econômicas da
Universidade Federal do Espírito
Santo, como requisito parcial para a
obtenção do título de Mestre em
Administração.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Letícia Dias
Fantinel

VITÓRIA

2016

Dados Internacionais de Catalogação-na-publicação (CIP)
(Biblioteca Central da Universidade Federal do Espírito Santo, ES, Brasil)

Domingues, Fabiana Florio, 1972-
D671e Entre comida, artesanato e -- fuleragem? Uma etnografia na
feira de artesanato e artes da Praça dos Namorados / Fabiana
Florio Domingues. – 2016.
129 f. : il.

Orientador: Letícia Dias Fantinel.
Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade
Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências Jurídicas e
Econômicas.

1. Simbolismo. 2. Espaço urbano. 3. Feiras. 4. Etnografia. I.
Fantinel, Letícia Dias. II. Universidade Federal do Espírito Santo.
Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas. III. Título.

CDU: 65



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO



Programa de
Pós-Graduação
em Administração
UFES
Mestrado e Doutorado

Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas
Programa de Pós-Graduação em
Administração

Av. Fernando Ferrari, 514 – Campus
Universitário - Goiabeiras

CEP. 290075-910-ES-Brasil-Telefax (27)
3335.7712

E-Mail ppgadm@gmail.com
www.ppgadm.ufes.br

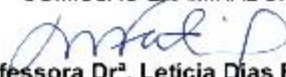
**“Entre Comida, Artesanato e... Fuleragem? Uma Ethnografia
na Feira de Artesanato e Artes da Praça dos Namorados”**


Fabiana Florio Domingues

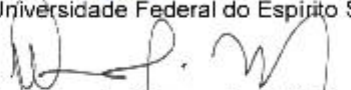
*Dissertação apresentada ao Curso de
Mestrado em Administração da
Universidade Federal do Espírito Santo
como requisito parcial para obtenção do
Grau de Mestre em Administração.*

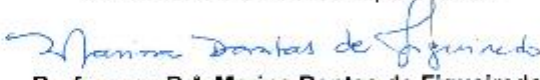
Aprovada em: 23/03/2016

COMISSÃO EXAMINADORA


Professora Dr^a. Leticia Dias Fantinel
Universidade Federal do Espírito Santo


Professor Dr. Alfredo Rodrigues Leite da Silva
Universidade Federal do Espírito Santo


Professor Dr. Alexandre Reis Rosa
Universidade Federal do Espírito Santo


Professora Dr^a. Marina Dantas de Figueiredo
Universidade de Fortaleza

*Para minha avó materna, minha mãe e meu pai
(todos in memoriam) que influenciaram
diretamente o meu gosto por
feiras e admiração pelo artesanato.*

AGRADECIMENTOS

Ainda é difícil de acreditar que cheguei até aqui, partindo de uma folha em branco, literalmente falando, sem saber nem como nem por onde começar. Por vezes pensei em desistir, que não seria capaz, que isso já não era mais para mim. Contudo, o universo conspira a nosso favor e então pude enxergar os muitos anjos que estavam ao meu redor para me auxiliar na caminhada. Assim, dedico os meus sinceros agradecimentos:

À professora Dr^a Letícia Dias Fantinel, minha orientadora, pela paciência, por seus ensinamentos, por acreditar – por vezes mais que eu mesma – que eu seria capaz, conduzindo-me a este trabalho.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Administração da UFES pelos ensinamentos e também pelas discussões que ampliaram meu campo de visão, muitas vezes redirecionando minhas pesquisas.

Aos familiares e amigos, próximos e distantes, que compreenderam minhas ausências e ampararam-me em minhas angustias. Aos amigos do mestrado pela troca de material, pelas discussões, pelo companheirismo.

A todos as 96 pessoas que conheci na feira e que participaram diretamente deste trabalho; que me receberam de braços abertos, compartilhando comigo parte de suas vidas e suas histórias, permitindo ainda que eu fizesse parte de seu espaço na praça.

À Secretaria de Turismo, Trabalho e Renda da Prefeitura Municipal de Vitória, pela concessão de entrevista e fornecimento de documentação sobre meu objeto de pesquisa.

A FAPES pela concessão da bolsa.

A todos que de alguma forma contribuíram para esta pesquisa e para a minha formação, meu muito obrigada!

Somente um ato pode ter e manter reunidos fragmentos numa totalidade homogênea. Somente uma ação pode reter o que se dispersa: como a mão fechada segura a areia (LEFEBVRE, 2006, p. 435).

RESUMO

A presente dissertação tem por objetivo compreender os aspectos simbólicos relacionados ao espaço da feira de artesanato e artes da Praça dos Namorados, nas perspectivas de passantes e expositores que compartilham o local. Por conseguinte, buscou-se então desenvolver interpretações a respeito das dinâmicas dos aspectos simbólicos entre as perspectivas captadas, que transformaram a feira no que ela é hoje. Para tal tarefa, inicialmente foi desenvolvida uma investigação exploratória que desse suporte para expandir o olhar sobre o lócus escolhido, possibilitando a identificação de questões relevantes a expositores e passantes. Foi nessa fase que se levantou como tema a mudança de leiaute da feira, que mudou tanto a apropriação do espaço físico da feira como a noção do espaço simbólico entre as pessoas que compartilham aquele lugar. A fim de prosseguir e completar esta pesquisa qualitativa, utilizou-se o método etnográfico. A apreensão dos dados de campo se deu por meio de observação sistemática e participante, fazendo uso de diários de campo, entrevista em profundidade com representantes da prefeitura e entrevistas semiestruturadas com passantes. A permanência em campo da pesquisadora ocorreu entre maio e outubro de 2015, no qual participou das rotinas organizacionais dos expositores, resultando em 40 diários de campo. Os dados coletados foram analisados por meio da análise de conteúdo, a partir de categorias êmicas, primeiramente classificadas em seis categorias temáticas e correlacionadas às três categorias teóricas de espaço propostas por Lefebvre. Os resultados obtidos apontam para uma feira em constante mudança, que enquanto fenômeno social, não pode ser compreendida de maneira isolada, apenas fazendo sentido quando vista como um espaço simbólico em constante resignificação, a partir do cotidiano vivo de seus sujeitos. Desta forma, abre-se ainda a possibilidade a novos olhares, tanto em perspectivas teóricas como conceituais, em estudos que busquem a compreensão de fenômenos sociais e organizacionais presentes nos espaços das cidades.

Palavras-chave: simbolismo; espaço organizacional; espaços da cidade; feira; etnografia.

ABSTRACT

This study had its goal set on understanding the symbolic aspects related to the craft and art fair space at Praça dos Namorados, through the perspectives of passers-by and exhibitors sharing the site. Therefore, the author develop interpretations about the dynamics of the symbolic aspects through the perspectives apprehended, which made the fair what it is today. In the intent of completing this task, an exploratory investigation was initially developed to support the expanding of the overlook of the chosen locus, enabling the identification of relevant issues to exhibitors and passers-by. In this stage, the change layout of the fair rose as the focus of the study, which has changed the appropriation of the physical space of the fair as well as the notion of symbolic space among people who share that site. In order to continue and complete this qualitative study, the author chose to use the ethnographic method. The apprehension of field data occurred through systematic and participant observation, the usage of field diaries, in-depth interviews with city Hall representatives and semi-structured interviews with passers-by. The period of time spent on field research was comprehended between May and October of 2015, in which the researcher participated in the organizational routine of exhibitors, resulting in 40 field diaries. The collected data were analyzed using content analysis, developed from emic categories, primarily classified into six thematic categories and then linked to the three theoretical categories of space proposed by Lefebvre. The results point towards a fair that is constantly changing, which as a social phenomenon, cannot be understood if isolated from others. It could only make sense when seen as a symbolic space constantly reframing, from everyday life experiences of that people. Thus, it would also make new understandings possible, both in theoretical and conceptual perspectives, for studies that seek the comprehension of social and organizational phenomena existent in all the spaces of the cities.

Keywords: symbolism; organizational space; spaces of the city; fair; ethnography.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Praça dos Namorados, Vitória/ES.....	63
Figura 2 – Feira de Artesanato e Artes da Praça.	65
Figura 3 – Ferragens das barracas, montagem e transporte.	67
Figura 4 – Leiaute anterior da feira.	68
Figura 5 – Leiaute atual da feira.....	69
Figura 6 – Obra ponto de ônibus da praça.	108

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Tabela 1 – Distribuição dos sujeitos da pesquisa agrupados por atividade.	56
Tabela 2 – Distribuição dos expositores por sexo e categoria de produtos.....	58
Tabela 3 – Distribuição dos expositores por tempo de trabalho na feira.	59
Quadro 1 – Categorias de análises.	80

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 REFERENCIAL TEÓRICO	20
2.1 SIMBOLISMO ORGANIZACIONAL	22
2.2 PRODUÇÃO SIMBÓLICA DO ESPAÇO	26
2.2.1 ESPAÇOS DA CIDADE	31
2.2.2 O ESPAÇO DA ORGANIZAÇÃO E A ORGANIZAÇÃO DA FEIRA	36
3 O MÉTODO	43
3.1 O CAMPO E A PESQUISADORA	47
3.1.1 O ERRADO QUE DEU CERTO, PERCURSO E PERCALÇOS DA PESQUISA	48
3.2 A FEIRA QUE VI(VI) EM NÚMEROS	54
3.2.1 ANÁLISE E CATEGORIZAÇÃO DOS DADOS	59
4 A PRAÇA E AS FEIRAS DA FEIRA	61
4.1 A PRAÇA	62
4.2 A FEIRA E SUAS FEIRAS	64
4.2.1 A FEIRA DA COMIDA	70
4.2.2 A FEIRA DO ARTESANATO	71
4.2.3 A FEIRA DA FULERAGEM	73
4.2.4 A FEIRA DA PREFEITURA	74
4.2.5 A FEIRA DOS MENINOS	76
5 ESPAÇO PRATICADO, O QUE A FEIRA REVELA	78
5.1 A DINÂMICA DA FEIRA	81
5.2 ESPAÇO CONCEBIDO	85
5.2.1 MUITAS LOJAS E VITRINES	87

5.2.2 COMIDA E DIVERSÃO PARA TODOS	92
5.3 ESPAÇO VIVIDO.....	98
5.3.1 “PRAÇA DOS NAMORADOS NÃO É <i>SHOPPING</i> NÃO”	99
5.3.2 “TUDO É PARA O MELHOR NO PIOR DOS MUNDOS”	106
5.4 ESPAÇO PERCEBIDO.....	110
5.4.1 “NÃO TEM LUGAR COMO ESTE AQUI”	112
5.4.2 “ISSE AQUI É UMA CACHAÇA, NÃO TEM COMO LARGAR”	115
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS: ENTRECruzAMENTO ESPAÇOS E SUJEITOS	119
REFERÊNCIAS.....	123
APÊNDICE A – TERMOS DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....	129
APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE COM REPRESENTANTE DA PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA	130
APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM PASSANTES DA FEIRA DE ARTESANATO E ARTES DA PRAÇA DOS NAMORADOS.....	131

1 INTRODUÇÃO

No Brasil, à época do descobrimento, as tribos indígenas tinham por costume produzir apenas para subsistência, sem excedentes de culturas que pudessem ser comercializados. Contudo, havia o que se chamava de "troca silenciosa" de produtos valorizados e específicos de cada grupo. Dessa forma, tribos inimigas – como os Tupiniquins e Tupinambás – dispunham em um terreno descampado seus produtos e ali estabeleciam uma espécie de "paz do mercado". Cada tribo se abastecia do que necessitava: pedras de cores ou penas coloridas, objetos utilizados na confecção de enfeites faciais e adornos corporais. Ao retirar o produto, deixavam no local o objeto de troca, que em seguida seria retirado pela outra tribo. Após o intercâmbio das mercadorias, a trégua era interrompida e a hostilidade retomada (MOTT, 2000).

Na visão de Filgueiras (2006), é da necessidade da troca, não apenas do excedente de produção, mas também de saberes e práticas, que nascem os lugares de mercado. De tal modo, a origem do mercado estaria no encontro entre os fluxos de pessoas, suas necessidades e excedentes de produção, abrindo assim a possibilidade de negociação entre diferentes culturas. Esses mercados de troca historicamente tornavam-se, ainda, espaços de distração e entretenimento.

Em registros históricos, a primeira referência às feiras feita no Brasil é datada do ano de 1548. D. João III determinou, no Regimento confiado ao 1º Governador Geral do Brasil, que, em vilas e povoações da Bahia, fossem realizadas, em um ou mais dias da semana, feiras nas quais os gentios pudessem vender e comprar o que precisavam. Não surpreende a menção tão remota, visto que a feira mais antiga de que se tem notícia na região onde hoje se situa Portugal data de 1125. Assim, os portugueses colonizadores já estavam acostumados ao tipo de comércio em feiras e mercados, uma vez que, em meados do século XV, estimava-se existirem no reino cerca de 95 feiras (MOTT, 1976).

Ainda segundo o autor, trazidas pelos portugueses, as feiras no Brasil sofreram influência do modelo europeu e das feiras da costa africana, com as quais os portugueses estavam acostumados a negociar. Em Portugal, as feiras e mercados tinham lugar em povoados, que posteriormente foram sendo transformados em vilas e também nos centros das cidades, geralmente próximas a algum tipo de edificação de mercado. O objetivo do colonizador, ao trazer as feiras para o país, não foi apenas suprir a população local, mas também ampliar o acesso aos produtos locais de exploração; nas palavras do autor:

Em outros termos, aspirava o Rei que se criassem no Brasil, feiras não apenas como as que existiam em Portugal, destinadas ao abastecimento dos moradores da circunvizinhança, mas principalmente, como as feiras de Angola, cuja função era reunir a produção dos nativos (marfim, cera, metais) a fim de exportá-la para a Europa (MOTT, 1976, p. 3).

Desse modo, as feiras brasileiras podem ser percebidas em certa parte como herança da tradição ibérica, que posteriormente foi mesclada com práticas africanas e ainda como resultado de uma longa evolução dos mercados a céu aberto. No Brasil e na maior parte dos países latino-americanos, as feiras constituíam uma inovação em termos de comércio, uma vez que eram desconhecidas da população nativa (MOTT, 1976).

Trazendo a feira como posta nos dias atuais e uma realidade no cotidiano das cidades, seu entendimento pode ser ampliado no sentido de suas construções simbólicas e múltiplas apropriações. Isto porque os locais das feiras são percebidos como lugares emblemáticos, não apenas pela atividade comercial, mas também pela relação da cidade com sua diversidade cultural e social (FERRETTI, 2000; FILGUEIRAS, 2006; MOTT, 2000; SOUSA, 2000). Nesse contexto, faz-se possível a compreensão de que o fenômeno simbólico se dá nos diferentes loci da vivência humana.

A cidade, por exemplo, enquanto espaço físico e social, exhibe diversos cenários repletos de simbolismos e significados. Assim, o simbolismo pode ser usado como lente teórica também quando se pretende compreender espaços urbanos e, nesse contexto, a própria cidade pode ser vista como organização (FISCHER, 1997; IPIRANGA, 2010; MAC-ALLISTER, 2004; SARAIVA; CARRIERI, 2012).

Dessa forma, a cidade é um espaço físico e social, no qual as práticas, as sociabilidades e as expressões de seus habitantes se dão, inclusive nas situações de feiras.

Esse fenômeno acontece de tal forma que são os sujeitos que atribuem diversos significados e representações aos diferentes usos de determinados espaços, indo muito além da materialidade das cidades. Assim, compreender o espaço urbano por meio de seus aspectos simbólicos, principalmente aqueles circulantes entre seus frequentadores, possibilita o entendimento e interpretação dos seus hibridismos culturais (FISCHER, 1997; IPIRANGA, 2010).

No contexto das cidades, estão ainda as praças públicas. Estas, se analisadas isoladamente, são espaços urbanos organizados na arquitetura das cidades, que podem ser vistos como expressão cultural local, áreas de lazer ou até mesmo como pontos turísticos. Contudo, são as interações sociais e as formas de apropriação, a partir das diferentes atividades humanas, que transformam os significados de tais espaços urbanos. Quando se fala em utilização de espaços públicos, especificamente em praças, entende-se que tais espaços são apropriados por diferentes grupos e classes sociais, de forma que estas apropriações variam conforme o tempo e os interesses de seus frequentadores (BENEDET, 2008).

Quando olhamos para a cidade de Vitória, um ponto turístico que salta aos olhos por sua beleza é a Praça dos Namorados; o local possibilita as vistas da Terceira Ponte, que liga a capital à cidade de Vila Velha e da marina do Iate Clube do Espírito Santo (ICES). A praça desponta ainda como uma opção de lazer ao ar livre, contando com uma pista de patinação, área de passeio e *playground*. É também na Praça dos Namorados que acontece a Feira de Artesanato e Artes na Praça, que possui mais de 30 anos de tradição, locus escolhido para esta pesquisa.

A feira em questão costuma ter diferentes apropriações: ora como um espaço de lazer, ora um local para alimentação, ou, um lugar para reunir a família, encontrar

os amigos. Mas, ainda, é um espaço de conflitos e disputas, conforme o que se pôde observar ao longo desta pesquisa, e acomoda outros usos, comumente considerados pela população local como não tão nobres quanto os apresentados até o momento. Além disso, o espaço é também escolhido para expressão cultural de artistas de rua e artesãos – eventualmente, no local, acontecem apresentações artísticas – ou mesmo como uma organização de trabalho, para aqueles que lá comercializam seus produtos, por exemplo. No local, segundo a prefeitura do município, por conta da feira, instala-se um comércio que conta com 209 expositores, sendo 159 de artesanato e brinquedos e 50 de alimentação (VITÓRIA [Município], 2013a).

Tal sua importância, que a feira é considerada pelo poder público local como um atrativo contemporâneo da cidade de Vitória, ponto de passagem para turistas que visitam a cidade em diferentes épocas do ano¹. A feira de artesanato, uma vez que figura como uma das ações da coordenação de Oportunidades de Negócios da Secretaria de Turismo, Trabalho e Renda da Prefeitura de Vitória, possui também relevância econômica, podendo ser entendida como uma organização comercial importante para a cidade (VITÓRIA [Município], 2013b; 2013c).

Enquanto espaço organizacional, a feira da Praça dos Namorados sofreu uma significativa mudança em seu leiaute em setembro de 2014, para acomodação de novos expositores. Em minhas observações, ainda em caráter exploratório, a percepção foi que tal mudança provocou um crescimento no movimento de passantes² na feira, além do aumento no número de barracas, este por conta de novo edital de concorrência, publicado pela Prefeitura de Vitória em junho do mesmo ano. Expositores antigos tiveram que mudar a posição de suas barracas,

¹ Até novembro de 2015, encontrava-se em processo de votação, na câmara dos vereadores, um projeto que transformaria a feira em ponto turístico da cidade de Vitória, figurando oficialmente em divulgações da cidade. O pedido, uma demanda antiga dos feirantes, partiu de uma ação conjunta entre expositores e a prefeitura. A efetivação desse projeto de lei traria mais recursos, bem como mais exigências aos expositores.

² O termo “passante” é utilizado pela Prefeitura Municipal de Vitória para designar as pessoas que passam pela feira. O passante pode tornar-se cliente ou ainda frequentador assíduo da feira.

em alguns casos saindo de um lado para o outro da praça. Essa alteração causou mudanças na percepção e relacionamento das pessoas com o espaço da praça e, conseqüentemente, da feira, isso tanto na visão de expositores quanto dos passantes do local.

Assim, a partir do exposto até aqui, coloco o seguinte problema de pesquisa: **De que forma se manifestam os aspectos simbólicos relacionados ao espaço da feira de artesanato e artes da Praça dos Namorados, nas perspectivas dos diferentes sujeitos que se apropriam do local?** Por conseguinte, este trabalho tem o objetivo de compreender os aspectos simbólicos relacionados ao espaço da feira de artesanato e artes da Praça dos Namorados, nas perspectivas dos diferentes sujeitos que compartilham o local. Como complemento ao objetivo geral, os seguintes objetivos específicos se fizeram necessários:

- a) identificar e descrever aspectos simbólicos relativos a espaço, construídos e reconstruídos por expositores e trabalhadores do espaço organizacional feira;
- b) identificar e descrever aspectos simbólicos relativos a espaço, construídos e reconstruídos pelos demais sujeitos que se apropriam do espaço organizacional feira;
- c) interpretar as dinâmicas dos aspectos simbólicos das diferentes perspectivas captadas, ao longo do processo de transformação da feira no que ela é hoje.

A fim de responder o problema de pesquisa aqui proposto, optei, inicialmente, por uma investigação de caráter exploratório a fim de entender, ainda que superficialmente nesta fase do trabalho, a dinâmica da feira. Em seguida, concluída a fase exploratória, dei início à inserção em campo, a partir da utilização do método etnográfico, na busca pela compreensão de aspectos simbólicos de espaço no referido lócus de estudo.

A opção pela etnografia se deu ao entender que os métodos de pesquisa utilizados pela Antropologia permitem captar uma grande diversidade de

representações circulantes num determinado grupo social. Dessa forma, a etnografia seria o método de pesquisa mais apropriado para captar a complexidade de fenômenos, subjetividades e representações presentes nos universos consensuais dos sujeitos, assimilando o individual sem deixar de lado o social, tendo como foco a interação entre os sujeitos e suas subjetividades (CAVEDON, 2008; 2014a; 2014b).

Ademais, também de forma interdisciplinar, a etnografia vem sendo apropriada nas pesquisas em Administração, uma vez que possibilita ao pesquisador um aprofundamento maior nas situações cotidianas vividas nas organizações (CAVEDON, 2008; DALLA CHIESA; FANTINEL, 2014; FANTINEL, 2012). O uso da etnografia como método tem crescido no campo organizacional, pois cada vez mais se leva em consideração o lado humano dentro das empresas (YANOW, 2012). Dessa forma, não é apenas na Antropologia que esse tipo de estudo pode contribuir revelando situações e informações importantes.

Seguindo nessa linha, Cavedon (2008) destaca que os benefícios do referido método de pesquisa são evidenciados, uma vez que ele possibilita o levantamento dos dados possíveis sobre o estilo de vida, formas de agir, o uso de palavras, gestos típicos, entre outros. Logo, estudar a feira por meio da etnografia possibilita enxergar a especificidade de um contexto social e ainda permite aos próprios nativos a interpretação de sua realidade (MOTT 2000).

Ao se apoiar na relevância do estudo em feiras de artesanato, esta pesquisa se baseia nas discussões que ampliam os conceitos de organização, entendendo tais agrupamentos como prática e resultado da expressão humana em diferentes níveis organizacionais (FIGUEIREDO; MARQUESAN, 2014). Pimentel et al (2011) destacam também a importância da compreensão do comportamento dos feirantes e de suas práticas sociais, comerciais e organizacionais, uma vez que este ainda é um campo pouco explorado no Brasil, dentro dos estudos organizacionais. Do mesmo modo que, para Ferretti (2000), o objetivo do estudo em feiras propõe compreendê-las por meio de suas estruturas econômicas, sociais e simbólicas, fazendo-se importante entender a feira como organização.

As organizações então são formadas pelas pessoas que interagem simbolicamente entre si. Desse modo, o entendimento desse movimento passa pela subjetividade e representação da realidade construída e compartilhada pelas pessoas que fazem parte da organização estudada (FROST; PONDY, 1983; TURNER, 1990). Assim, esta pesquisa, ao investigar o cotidiano dos feirantes e pesquisar seus passantes, buscou compreender os aspectos simbólicos e representações manifestadas acerca da apropriação do espaço público da praça, que, por conta da organização da feira, torna-se, momentaneamente, privado.

Este trabalho então se desenvolve pautado em seu objetivo principal, buscando contribuir, do ponto de vista teórico, com a ampliação das discussões sobre os aspectos simbólicos da apropriação de espaço, a partir da mobilização do método etnográfico. Outra contribuição, conforme destacada por Yanow (2012), é construir conhecimento sobre o objeto pesquisado, a partir da escrita etnográfica. Do ponto de vista prático, revelando os significados e representações circulantes entre expositores e passantes da feira de artesanato, ao utilizar e se apropriar do espaço da Praça dos Namorados.

O presente estudo buscou, portanto, articular simbolismo organizacional com a apropriação do espaço público da praça, entendendo a feira como organização, na procura por atender aos objetivos desta pesquisa. Para tal, este trabalho está organizado da seguinte forma: após esta introdução, encontra-se o referencial teórico no qual desenvolvi explanações a respeito dos seguintes temas: simbolismo organizacional; os espaços, seus significados; espaços da cidade; espaços das organizações; a feira como organização e a organização da feira. O terceiro capítulo descreve o método utilizado e apresenta alguns números que fizeram parte deste estudo. O capítulo quatro apresenta a feira, lócus desta pesquisa, descrevendo também suas particularidades. No quinto capítulo encontram-se as análises e revelações do campo de estudo, por último estão considerações finais, seguidas das referências utilizadas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A partir da compreensão de que o ser humano utiliza-se de diferentes símbolos para criar e recriar sua própria realidade, em sua vida cotidiana, bem como em sua vida dentro das organizações, o tema simbolismo despertou o interesse de teóricos e pesquisadores dos estudos organizacionais. As teorias administrativas e organizacionais ditas “tradicionais”, em sua maioria, não compreendem ou não se preocupam com o significado e a importância do lado simbólico da vida organizacional (MORGAN; FROST; PONDY, 1983). Muito disso ocorre em consequência do compromisso com a metáfora que entende as organizações como máquinas ou organismos adaptativos; contudo, diversos autores que buscam interpretações alternativas da realidade organizacional compreendem as organizações como sistemas humanos que manifestam complexos padrões de atividades culturais (MORGAN; FROST; PONDY, 1983).

Tal complexidade se dá a partir do uso da linguagem, que permeia toda a vida humana, do emprego de metáforas que alteram os significados e constroem sentidos diferenciados para um mesmo signo (TURNER, 1990). Os símbolos então se transformam em elementos que possibilitam o entendimento da multiplicidade de significados atribuídos pela própria natureza humana, aos diferentes acontecimentos também no âmbito organizacional (MORGAN; FROST; PONDY, 1983).

No campo dos estudos organizacionais, o pesquisador assume o papel de examinador, buscando de forma reflexiva rever os conceitos e conhecimentos que produz a partir de suas pesquisas. Foi então que, a partir dos anos 1980, com a publicação da obra *Sociological paradigms and organizational analysis*, de Burrell e Morgan (1979), mapearam as principais pesquisas em organizações desenvolvidas até então e as classificaram em quatro paradigmas: funcionalista; interpretativista; humanista radical e estruturalista radical. Tal divisão teve como

proposta não apenas uma ampliação a respeito da teoria do conhecimento, mas também proporcionar aos pesquisadores “alternativos” uma melhor visualização do campo de trabalho, afastados das críticas da ciência do *status quo* (CLEGG; HARDY, 1999). A divisão paradigmática, segundo Burrell (1999, p.445), toma corpo, uma vez que os estudiosos da época “buscavam sobrepujar a situação já aceita de heterogeneidade e fragmentação” de uma ciência unificada. Ao validarem os diferentes olhares, ofereceram elementos ampliando-se assim a possibilidade de compreensão de um vasto conjunto de opções não relacionadas e conversações desconectadas, que interligam os ciclos de vida dos indivíduos e dos progressos científicos (BURRELL, 1999, CLEGG; HARDY, 1999).

Desse modo, o estudo do simbolismo nas organizações pode ocorrer dentro dos quatro paradigmas (BURRELL, 1999; CLEGG; HARDY, 1999), ou, ainda, situar-se fora deles; a questão é que são possíveis olhares diferenciados e distintas abordagens sobre aspectos simbólicos nas organizações. Assim, para o pesquisador que se enquadra no paradigma humanista radical, a preocupação será buscar pelo uso dos símbolos como maneiras de opressão e alienação das pessoas a fim de potencializar a produtividade da empresa. Já para o pesquisador estruturalista radical, o âmago da questão está no controle ideológico a favor das elites e os símbolos utilizados como instrumento de dominação. O interpretativista se guiará pela crença de que as pessoas agem em relação a algo com base no significado que tal coisa tem para ela. Esse significado não só se origina de algum tipo de interação social, como também é estabelecido e modificado pela interpretação das pessoas sobre outras pessoas e coisas. Enquanto isso, o funcionalista busca a função da informação e do sentido no sistema social estudado (MORGAN; FROST; PONDY, 1983).

Tal diversidade de possíveis abordagens do simbolismo organizacional demonstra não haver uma única maneira de tratar e estudar os aspectos simbólicos nas organizações. De forma que, para Morgan, Frost e Pondy (1983), a natureza simbólica da ação humana é entendida como sendo de importância central também na vida organizacional. Numa visão interpretativista – recorte epistemológico adotado nesta dissertação –, a preocupação está centrada em

questões relacionadas à criação e sustentação da atividade simbólica, dando forma à vida social construída enquanto atividade contínua.

A interpretação dos sentidos numa construção social pode variar a partir da prática da representação simbólica, permitindo a articulação entre os seres humanos, que utilizam os aspectos simbólicos para se vincular. O simbolismo influencia tudo na esfera humana, sendo criado e recriado pelas pessoas a partir de qualquer signo – objeto, ação, evento, expressão, imagem (MORGAN; FROST; PONDY, 1983; SARAIVA; CARRIERI, 2008).

Assim, a fim de abarcar as questões propostas para esta dissertação, desenvolveu-se um referencial teórico que busca articular o simbolismo organizacional (BERGER; LUCKMANN, 1976; CARRIERI; LEITE-DA-SILVA, 2007; CHANLAT, 1996; FISCHER, 2007; MORGAN; FROST; PONDY, 1983; SARAIVA; CARRIERI, 2007, 2008; TURNER, 1990) com aspectos simbólicos relacionados a espaço (AUGÉ, 2010, 2012; CERTEAU, 2014; DALE; BURRELL, 2008; FISCHER, 1994; LEFEBVRE, 2006; SANTOS, 1988) e espaços da cidade (AUGÉ, 2010, 2012; BENEDET, 2008; CARLOS, 2007; CERTEAU, 2014; FISCHER, 1997; IPIRANGA, 2010; MAC-ALLISTER, 2004; SANTOS, 2006; SARAIVA; CARRIERI, 2012). O que buscamos fazer, a partir de uma revisão bibliográfica de autores que discutem tais assuntos, foi evidenciar relações entre os temas abordados, dando o embasamento necessário para responder ao problema de pesquisa aqui proposto.

2.1 SIMBOLISMO ORGANIZACIONAL

A natureza da vida social contribui para a formação dos contextos organizacionais, uma vez que expõe o universo simbólico que compõe as diferentes facetas da vida humana. Turner (1990) ressalta a existência de uma vasta produção acadêmica a respeito da cultura corporativa no campo da

Administração. Contudo, para o autor, algumas dessas discussões apresentam-se de forma instrumental, uma vez que partem do princípio dos interesses sobre as formas de influenciar ou manipular a cultura corporativa. É dessa forma que o autor propõe um olhar ampliado, na direção dos aspectos qualitativos, simbólicos e das relações humanas, na busca pela compreensão do lugar desses elementos no funcionamento das organizações.

Por conseguinte, o uso de determinados símbolos nas organizações passa pela ação intencional das pessoas, de forma individual ou em consonância com outras, dando origem a um processo de construção institucional. A realidade social é, então, uma rede de representações complexas e subjetivas, uma realidade socialmente construída (BERGER; LUCKMANN, 1976). Isso torna os símbolos fundamentais na tentativa de compreender as transformações e a multiplicidade de significações que são construídas na sociedade e nas organizações (MORGAN; FROST; PONDY, 1983; TURNER, 1990).

A interpretação dos sentidos numa construção social pode variar a partir da prática da representação simbólica, permitindo a articulação entre os seres humanos, que utilizam os aspectos simbólicos para se vincular. Contudo, um mesmo signo pode ter significados até mesmo contraditórios de uma pessoa para outra, variando na medida em que são compartilhados. Assim, o símbolo é um signo que tem uma conotação maior do que ele próprio, associado às ideias, dotado de sentido e significado, para aqueles que compartilham da construção e manutenção de sua representação (MORGAN; FROST; PONDY, 1983).

Chanlat (1996, p. 27) parte do pressuposto de que o homem possui um mundo próprio, mundo este que protagoniza um universo singular que “constitui o objeto privilegiado da ciência do humano que é a antropologia”. Dessa maneira, tal ciência, combinada a seus métodos, está apta a captar a existência humana, tal qual vivenciada, inclusive em seu universo organizacional. Desse modo, os indivíduos, a partir de seus atos, constroem sua própria realidade, uma realidade social construída e compartilhada (BERGER; LUCKMANN, 1976), como uma transformação parcial do mundo (CHANLAT, 1996).

Em vista disso, é na organização que se pode perceber a coexistência de dois mundos: aquele permeado pela subjetividade em ação e “o mundo vivenciado da humanidade concreta” (CHANLAT, 1996, p. 29). Ainda, para ele, é a partir da linguagem que se pode acessar o que o autor chamou de “mundo das significações”. Esse mundo de significações é o produto de uma “gestação do simbólico”, ou seja, uma representação do mundo, criada pela sociedade humana. Tal atividade faz parte do esforço humano em tornar seu mundo, espaço onde habita, em algo inteligível a si, que lhe confira sentido e significado. Esse movimento de tradução e transformação do mundo em símbolos de significado próprio não escapa ao universo organizacional. Nas palavras do autor, “a organização, enquanto espaço particular da experiência humana, é um lugar propício à emergência do símbolo” (CHANLAT, 1996, p. 30).

O simbólico, por ser parte de uma realidade construída, tem independência em sua significação, podendo ser classificado, de acordo com Morgan, Frost e Pondy (1983), em símbolos simples ou complexos. Os símbolos simples são facilmente identificados no contexto organizacional, podendo ser gerenciados em sentidos específicos, criando assim um efeito desejado pela organização. Ou, ainda, podem ser símbolos inconscientes, manifestando sentidos ocultos. Já os símbolos complexos são difíceis de identificar e de compreender no contexto da organização, exigindo um entendimento mais amplo do quadro simbólico.

Os símbolos complexos estão por trás dos simples, permeados por sentimentos ou sentidos recriados. Portanto, essas representações diferenciam-se tanto conforme a sua complexidade, quanto à extensão do compartilhamento e podem surgir de forma consciente ou inconscientemente, dentro ou fora das organizações. Assim, um mesmo signo pode passar de símbolo simples a complexo, dependendo da análise do quadro simbólico da organização (MORGAN; FROST; PONDY, 1983).

O simbolismo organizacional considera que existe algo que não é objetivo dentro das organizações, que não é permeado apenas pela performatividade, ou explícito de maneira formal, mas também por outros aspectos (MORGAN; FROST;

PONDY, 1983; SARAIVA; CARRIERI, 2008). Segundo Saraiva e Carrieri (2008), o simbolismo está presente no cotidiano, e é contraproducente ignorá-lo, uma vez que envolve aspectos não formais da organização. Fischer (2007) também considera as organizações como espaços simbólicos, propondo um olhar que vai além da dicotomia objetividade-subjetividade, uma vez que a organização é igualmente produtora de novos sentidos e significados. Logo, o simbolismo possibilita a compreensão de articulações não convencionais nas organizações, incluindo também emoções, imagens, artefatos e outros tipos de linguagem.

Desse modo, o estudo do simbolismo permite ampliar o escopo das pesquisas realizadas na área de administração, confrontando também dimensões fortemente estabelecidas. Isso que pode sinalizar a impossibilidade em desconectar o que se passa nas organizações do que se passa nos meios sociais, nos quais estas organizações estão inseridas (SARAIVA; CARRIERI, 2007).

Para os autores citados no parágrafo anterior, as pesquisas que desprezam os aspectos subjetivos no meio organizacional podem ser superficiais, isto porque seria como enxergar apenas a ponta do *iceberg*, ignorando a complexidade do que se passa no meio organizacional. Assim, entende-se que, ao ampliar a noção ontológica a respeito do conceito de organização, abre-se caminho em diferentes sentidos e entendimentos. Passa-se, portanto, a não ver a organização apenas como algo que está acima dos homens e a serviço deles, mas olhá-la de maneira “mais humanizada, condizente com a Administração – uma ciência social aplicada” (SARAIVA; CARRIERI, 2007, p.2).

Olhar as organizações de forma mais humanizada é também a proposta de Chanlat (1996, p.31) ao defender a “existência humana na procura ininterrupta do simbólico” ao denominar esse produtor de símbolos de “*homo Symbolicus*”. Ao assumir tal posicionamento, o autor busca corroborar os argumentos de que o simbolismo altera a percepção humana, podendo provocar questionamentos e transformações sociais. Abre-se então caminho para uma polifonia teórica, que torna os estudos a respeito do simbolismo organizacional condizentes com “uma academia que não se contenta com o papel periférico a ela imputado e, por isso,

produz conhecimento teoricamente consistente e socialmente relevante” (SARAIVA; CARRIERI, 2007, p.10).

Seguindo nesta linha, Carrieri e Leite-da-Silva (2007) destacam que o símbolo não existe sozinho, ou seja, ele está associado a um contexto, uma vez que surge da negociação dos sujeitos organizacionais, em diferentes situações de tempo e espaço. Assim, ao tentar posicionar os símbolos em um tempo e um espaço determinado, apoiado em escolhas metodológicas adequadas, as análises possibilitam diferentes compreensões de certos fenômenos organizacionais (CARRIERI; LEITE-DA-SILVA, 2007).

Assim, a partir da compreensão da importância do estudo dos aspectos simbólicos que permeiam a sociedade e as organizações, vimos a necessidade de pesquisá-lo em nosso contexto e abrangência, na cidade de Vitória. Na próxima sessão, abordaremos o tema produção simbólica do espaço, a fim de contribuir para a construção do quadro teórico que dará sustentação ao argumento de pesquisa aqui proposto.

2.2 PRODUÇÃO SIMBÓLICA DO ESPAÇO

A raça humana, organizada a fim de suprir suas próprias necessidades, adapta seu mundo físico, social e cultural, não apenas em termos de estruturas físicas como também parte dos reinos da subjetividade e da intersubjetividade presente nas relações sociais. Dessa maneira, os espaços e os lugares construídos “constroem” as pessoas do mesmo modo que estas os constroem (DALE; BURRELL, 2008).

Segundo Santos (1988, p.15), a diversidade de “raças, culturas, credos, níveis de vida, etc.” faz parte do que caracteriza o espaço habitado de maneira qualitativa por sua heterogeneidade, a partir da distribuição da raça humana em cada região, em cada país, em cada lugar. Isso se daria de tal forma que o espaço habitado

seria o “resultado da ação dos homens sobre o próprio espaço, intermediados pelos objetos, naturais e artificiais”, o que para o autor significa dizer que “o espaço resulta do casamento da sociedade com a paisagem” (SANTOS, 1988, p.25).

Já segundo Lefebvre (2006), o espaço não existe em “si mesmo”, uma vez que estaria associado à realidade social, ou seja, na visão do autor, o espaço é produzido socialmente. Assim, o espaço pode ser, ao mesmo tempo, abstrato e real, concreto e instrumental, e igualmente transcender a própria instrumentalidade. Isso porque, para o autor, existe um entrelaçamento entre os conceitos de espaço e tempo, representando uma simultaneidade na realidade social. Tal afirmação, contudo, não significa dizer que espaço e tempo são fatores unicamente materiais, podendo ser entendidos, portanto, como aspectos constituintes da realidade social.

Em vista disso, segundo Augé (2010, p. 102), é a necessidade de organização do mundo, escondendo-se atrás de “velhas divisões espaciais (fronteiras, culturas, identidades)” que residem as amarras que aprisionam e entorpecem os sujeitos. Nesse sentido, ampliando a noção de fronteira, que vai muito além da porção geográfica fisicamente disposta para o simbolismo que caracteriza determina situação. Por sua vez, Certeau (2014) afirma que a própria existência da espacialidade organiza a determinação de fronteiras, ou seja, de delimitações simbólicas. De certa forma, tais barreiras simbólicas permitem dividir o espaço, o mundo no qual se dá a vida humana para então compreendê-lo, transformando-o num lugar de sentido único, socialmente construído (AUGÉ, 2012).

Enquanto produtos sociais, Lefebvre (2006) entende espaço e tempo como resultado e pré-condição da produção da sociedade. Isso significa dizer que espaço e tempo não existem de maneira universal, só podendo ser entendidos em uma sociedade específica, de acordo com determinado contexto. Portanto, tal compreensão só se tornaria possível a partir de uma análise não apenas relacional, mas também histórica, levando-se em conta fatos, conflitos relevantes e relações de poder em cada situação.

Lefebvre (2006) se refere ainda ao espaço social como um produto social, que sofre interferências de relações sociais de produção e reprodução, permeado por representações simbólicas. Há ainda o espaço simbólico, que, por conta de suas representações, “dissimula mais do que não mostra, visto que essas relações se dividem em relações frontais, públicas, declaradas e portanto codificadas” (LEFEBVRE, 2006, p.58).

Nesse sentido, Augé (2010, p.64) chama atenção para a cegueira do olhar que está em ignorar o contexto que forma e molda parte dos habitantes de determinado local, desconsiderando que são eles quem recriam, ou participam da “criação de novas culturas urbanas sem referência a nenhuma tradição anterior”. Para o autor, o que está em jogo é “uma mudança de escala da atividade humana e um descentramento dos lugares onde ela acontece” (AUGÉ, 2010, p. 37).

Em vista disso, Lefebvre (2006) afirma que a própria produção do espaço poderia ser entendida a partir da combinação de três elementos: a prática espacial, as representações do espaço e os espaços de representação. Como variantes dessas três dimensões, o autor também se refere ao espaço percebido, o espaço concebido e o espaço vivido.

Em sua concepção, o espaço percebido é aquele no qual se associa “a realidade cotidiana (o emprego do tempo) e a realidade urbana (os percursos e redes ligando os lugares do trabalho, da vida “privada”, dos lazeres)” espaço no qual se realiza certa coesão, intelectualmente elaborada, concebida e lógica (LEFEBVRE, 2006, p.65). Já o espaço concebido está relacionado ao espaço do modo de produção dominante numa sociedade que tende, em sua maioria, a “um sistema de signos verbais, portanto, elaborados intelectualmente” (LEFEBVRE, 2006, p.66). Enquanto isso, o espaço vivido é o espaço dos habitantes, permeado de imagens e símbolos; “trata-se do espaço dominado, portanto, suportado, que a imaginação tenta modificar e apropriar”, assemelhando-se a “sistemas mais ou menos coerentes de símbolos e signos não verbais” (LEFEBVRE, 2006, p.66).

Entretanto, tais conceitos não podem ser entendidos separadamente, sendo que os três primeiros se entrecruzam aos outros três para então promover a compreensão da produção de espaço a que se refere o autor, conforme apresentados a seguir:

- a) A prática espacial pode ser entendida como a dimensão material da vida social, as redes de interações presentes no cotidiano. Abrange ainda produção e reprodução de lugares determinados e agrupamentos espaciais próprios, vistos em cada formação social, que promove a continuidade numa aparente coesão. O espaço percebido é aquele que se pode ver antes de conceber a partir da prática espacial da vida cotidiana. Pode assim ser captado através dos sentidos, uma vez que está relacionado aos elementos materiais que constituem o espaço (LEFEBVRE, 2006).
- b) Já as representações de espaço estão relacionadas com as relações frontais, às ligações de produção, de ordem, associado aos conhecimentos, signos e códigos. Em um modo de produção, é parte dominante numa sociedade, ou seja, o espaço concebido pela própria sociedade “identificando o vivido e o percebido ao concebido” (LEFEBVRE, 2006, p.66).
- c) Os espaços de representação manifestam simbolismos complexos, apresentando codificações da própria representação. É nesta dimensão que a produção do espaço toma forma, passando por um processo de significação que se conecta a um símbolo. Ou seja, a apropriação propriamente dita dos espaços, o espaço vivido da experimentação humana (LEFEBVRE, 2006).

O equilíbrio entre as três dimensões de espaço aqui apresentadas, são relacionadas pelo autor como três momentos, ou, ainda, três movimentos. Para Lefebvre (2006, p.75-76):

As relações entre esses três momentos – o percebido, o concebido, o vivido – nunca são simples, nem estáveis, tampouco são, mais “positivas”, no sentido em que esse termo opor-se-ia ao “negativo”, ao indecifrável, ao não-dito, ao interdito, ao inconsciente.

Só é possível o surgimento do espaço a partir da interação dessas três dimensões em seu duplo conceito, numa intrincada rede de relações que o cria e recria a partir da produção material, de conhecimento e de significados (LEFEBVRE, 2006). Essas caracterizações da vida social do espaço, segundo Dale e Burrell (2008, p.8, tradução minha), “são desenvolvidas deliberadamente como tríades para evitar tendências teóricas no sentido de dualismos, dicotomias e antagonismos no entendimento do conceito de espaço” conforme proposto por Lefebvre.

Certeau (2014), por sua vez, refere-se ao espaço como o lugar praticado, ou seja, produzido ambigualmente a partir da relação do sujeito com o mundo, numa existência espacial. Comparativamente para o autor “a leitura é o espaço produzido pela prática do lugar construído por um sistema de signos – um escrito”, sendo este constituído nas práticas do cotidiano (CERTEAU, 2014, p. 184).

Ao propor uma diferenciação entre espaço e lugar, Certeau (2014) personaliza espaço como “movimento”, o palco das ações e representações do sujeito em seu cotidiano. Compara-o ainda com a palavra falada, que não está presa no tempo e no espaço, mas sim codificada a partir de comportamentos ordenados de seus sujeitos. Nesse confronto, lugar então seria o estático, a ordem, o geograficamente demarcado numa configuração efêmera de posições, mas que pode ser transformado, pela ação dos sujeitos, em espaço.

Assim, o espaço social existe a partir da história contada e compartilhada em determinado lugar e que “estranhamente, uma série de rupturas e descontinuidades no espaço é que representa a continuidade do tempo” (AUGÉ, 2012, p. 58). A essas proposições e distinções entre lugar e espaço, Augé (2012, p.73) as coloca em oposição ao classificar o lugar como “identitário, relacional e histórico”, ricos em conteúdo espacial e ao mesmo tempo social. O autor ainda faz referência aos não lugares como os espaços de passagem, transitórios e efêmeros, portanto não identitários, relacionais ou históricos.

Ao tratar do não lugar, Certeau (2014) o coloca em oposição à fronteira que o traçado cartográfico apresenta como limite, assumindo assim o papel de mediador, ou ainda, de desorganizador da ordem estabelecida, assim como o espaço praticado. Essa perspectiva em si necessita da dinâmica da prática do espaço, embasada a partir da tática para se estabelecer, assumindo-se que, para o autor, prática do espaço, não lugar e tática são complementares na busca pela compreensão de lugar e espaço.

Já na perspectiva de Augé (2012), o não lugar faz parte de duas realidades complementares e distintas, espaços físicos construídos materialmente para certos fins como transporte, comércio ou lazer, mas que também estabelecem uma relação, ainda que provisória, dos indivíduos com esses espaços. Nas palavras do autor, “o espaço do não lugar não cria nem identidade singular nem relação, mas sim solidão e similitude” (AUGÉ, 2012, p.95).

O que para Certeau (2014) pode ser entendido como o espaço praticado pelos usos, apropriações dos sujeitos, trajetórias, percursos e delinquências, Augé (2012) intitulou como espaços de modernidade, repletos de imagens, informações e individualismo, os não lugares. Em complemento, na próxima sessão, abordaremos o tema “espaços da cidade”, procurando discuti-los em suas dimensões de espaço percebido, concebido e vivido, bem como os relacionando com lugares e não lugares.

2.2.1 Espaços da cidade

Segundo a proposição teórica de Lefebvre (2006), a cidade, enquanto espaço social, é o palco dos espaços de representação. Assim, “o espaço geográfico é muito mais do que simples oferta de caminhos, ainda que também seja isso”, que se caracteriza numa noção de intencionalidade, presente na concepção do

espaço (SANTOS, 2006, p. 59), assemelhando-se à tríade de espaço vivido, concebido e percebido proposta por Lefebvre (2006).

Lefebvre (2006) afirma que todo espaço é produzido socialmente. A partir dessa concepção, Carlos (2007) destaca que a cidade não pode ser pensada apenas em seu quadro físico ou como meio ambiente urbano, uma vez que tais abordagens deixam de fora seu conteúdo de prática sócio-espacial que a molda e, de certa forma, a constrói. Para a autora, enxergar a cidade para além de seus aspectos físicos proporciona uma análise que busca pela amplitude de seus conhecimentos e cotidiano, desvendando sua própria realidade urbana.

Nessa mesma linha, Santos (2006) afirma que o entorno das casas, a disposição física das cidades, expressam a corporeidade da sociedade presente nos espaços, reafirmando a ação da pessoa humana nas diferentes paisagens. Na fala de Certeau (2014, p. 160), isso significa dizer que “planejar a cidade é ao mesmo tempo pensar a própria pluralidade do real”; o planejamento estaria no campo das imagens, do concebido, enquanto o real dos espaços vividos.

O acúmulo de conhecimento a respeito das cidades amplia as possibilidades das análises urbanas, viabilizando outras compreensões a respeito da realização da vida humana, reunindo saberes de sua realidade material e relações sociais. Assim, busca-se pensar a cidade não de maneira geográfica, mas em toda a sua complexidade enquanto construção humana, produto da relação entre a sociedade e a natureza. As contradições nos movimentos sobre as práticas sócio-espaciais representam a tentativa humana na construção de um mundo objetivo, que ao mesmo tempo confere sentido e finalidade à materialidade urbana (CARLOS, 2007).

A apropriação dos espaços, segundo Fischer (1994), significa tomar determinado lugar como “seu”, atribuindo-lhe características pessoais ou sociais de identificação que demonstram a interação das pessoas com os diversos ambientes. Tal relação com os espaços nunca é neutra, uma vez que carrega consigo “sinais e valores culturais que não lhe pertenciam”, proporcionando ao

indivíduo “diversas configurações fragmentadas de espaço” que conferem a este sentido (FISCHER, 1994, p. 89).

Segundo Carlos (2007), o “direito à cidade” surge no momento em que a divergência da sociedade se coloca entre a apropriação e a dominação do espaço e as contradições que provêm de tal processo. Tal fenômeno, para a autora, representa o conflito entre o uso e apropriação dos lugares da cidade. Os habitantes de uma cidade se identificam com os lugares pelo uso, ao realizarem as ações mais banais da vida cotidiana. Tal apropriação e diferentes usos dos espaços das cidades surgem como uma construção social de determinado lugar, dando sentido à prática sócio-espacial.

O habitar implica, portanto, um conjunto de ações que articula planos e escalas espaciais, como o público e o privado; o local e o global, os quais envolvem a vida que se realiza pela mediação do outro, imersos em uma teia de relações que constrói uma história particular, e ao mesmo tempo coletiva. É nesta história coletiva que a história particular de cada um se insere e ganha significado. A relação entre a esfera pública e a privada se coloca como condição necessária para a constituição tanto do sujeito coletivo quanto da vida (CARLOS, 2007, p.111).

A materialização do processo da prática sócio-espacial se dá na “concretização das relações sociais produtoras dos lugares, esta é a dimensão da produção/reprodução do espaço, passível de ser vista, percebida, sentida, vivida” (CARLOS, 2007, p. 21). Isto porque é nessa apropriação do espaço que se fundamenta a reprodução da sociedade, em seu sentido ininterrupto de vida vivida, revelado num conjunto de relações, modelos de comportamento e sistema de valores (CARLOS, 2007; IPIRANGA, 2010).

Certeau (2014) contrapõe a cidade-conceito – proveniente do discurso utópico e urbanístico – que necessita da produção de um espaço racionalmente organizado, atemporal, produtora de sujeitos universais e anônimos, àquela fruto das práticas cotidianas, inquietas, resultado do espaço vivido. Seguindo nessa mesma linha, Carlos (2007, p.21) conclui: “Aqui a cidade se reafirma enquanto espaço social na medida em que se trata da realização do ser social — produzindo um espaço — ao longo do processo histórico”. Simbolicamente, a cidade pode ser considerada como o lugar que possibilita que as pessoas

estabeleçam relações entre si, em diferentes níveis de intimidade, ao mesmo tempo em que permanecem anônimas (BENEDET, 2008).

Fischer (1997) caracteriza a própria cidade como uma teia organizacional, dotada de certo pluralismo organizativo, configurado no hibridismo das culturas urbanas e suas ambiguidades. Assim como um sistema multidimensional, articulado nas relações e manifestações sociais, que compõem interações reais e simbólicas que “fazem da cidade um todo maior que a soma das partes” (FISCHER, 1997, p. 75). Enquanto organização, a cidade desafia o racional ao invadir as fronteiras entre a materialidade das construções e as apropriações simbólicas presentes nas relações sociais entre os indivíduos e a própria cidade. A partir da apreensão do conceito da cidade como uma organização, é possível ampliar as possibilidades de observação da dinâmica urbana, também para os Estudos Organizacionais (MAC-ALLISTER, 2004; SARAIVA, CARRIERI, 2012).

Isto posto, a produção social do espaço pode ser vista em sua materialidade na arquitetura das cidades e suas construções, em outras palavras, “arquitetura é o lugar onde espaço e organização se encontram cara a cara” (DALLE; BURRELL, 2008, p. 24, tradução minha). As diferentes construções presentes na sociedade são carregadas de simbolismo que procuram, a partir da necessidade do homem em situar seu mundo no tempo e no espaço, deixar mensagens de sua compreensão (DALLE; BURRELL, 2008).

Há ainda no coração das cidades as praças públicas, espaços urbanos marcados não apenas por limites geográficos, como também pela apropriação de determinados grupos ou no desenvolvimento de atividades específicas, que acabam por conferir-lhe identidade própria. Lugares de encontros intencionais, de práticas sociais, manifestações da vida urbana, além da presença de estrutura e arquiteturas significativas, que os confere beleza, prestígio ou ainda vontade política (BENEDET, 2008).

Ao classificar os espaços da cidade, Benedet (2008) os diferencia como públicos, semipúblicos, semiprivados ou privados. As classificações intermediárias –

semipúblicos ou semiprivados – variam de acordo com seu uso específico, ou ainda de acordo com atividades particulares, desenvolvidas nas relações sociais das apropriações de espaço pela vida pública ou privada, no desenrolar de novas sociabilidades. Seguindo na mesma linha, Ipiranga (2010) denominou como “espaços intermediários” os espaços presentes nas cidades que não podem ser categorizados apenas como públicos ou privados. Para a autora, essa impossibilidade de classificação se dá por conta da própria natureza do espaço que permite diferentes tipos de relacionamentos culturais, sociais e manifestações da vida urbana.

Limitar os espaços urbanos a tais classificações, ainda que estas procurem apenas tipificá-los, facilitando sua compreensão, é, de fato, simplista. Isto porque a combinação e a mistura entre o espaço público e o espaço privado provocam um descentramento do mundo, das cidades e porque não dizer do próprio indivíduo. Faz-se então da cidade uma ilusão, na qual se permite acreditar que exista “um mundo unificado e plural, transparente a ele mesmo” (AUGÉ, 2010, p. 93).

Assim, as formas de apropriação dos espaços variam sob a influência de elementos simbólicos, funcionais ou ambientais (IPIRANGA, 2010). O espaço urbano em si passa a ser “um espaço complexo, emaranhado, um conjunto de rupturas num fundo de continuidade” expandindo fronteiras, numa incessante reconstrução, de acordo com a relação afetiva estabelecida entre os cidadãos e seu modo de vida (AUGÉ, 2010, p. 87). A partir da compreensão da cidade como organização, vimos a necessidade de discutir o espaço da organização e a organização da feira.

2.2.2 O espaço da organização e a organização da feira

Algumas discussões sobre espaço das organizações, nos estudos organizacionais, têm concentrado esforços em abordar questões tanto relativas a materialidade dos espaços como também aos aspectos simbólicos, que permeiam a construção dos espaços sociais. Esses estudos demonstram a contemporaneidade e relevância do tema, analisando os espaços organizacionais sob diferentes perspectivas como, por exemplo, do *sensemaking* (KOCIATKIEWICZ; KOSTERA, 2015); *strategizing* (HYDLE, 2015;), desempenho (TYLER; COHEN, 2010); sociabilidade (FANTINEL, 2012); gênero (FIGUEIREDO, CAVEDON, 2012; TYLER, COHEN, 2010); aprendizagem organizacional (MOZZATO; BITENCOURT, 2014).

Entendendo as feiras como organizações por suas práticas organizativas, há ainda pesquisas que buscam explorar as perspectivas de identidade (CARRIERI; SOUZA; LENGELER, 2011; PIMENTEL; CARRIERI; LEITE-DA-SILVA, 2007), práticas organizativas e estratégia (CARRIERI et al, 2008; DE SOUZA et al, 2014; PIMENTEL et al, 2011) ou ainda como espaços de vitalidade (FILGUEIRAS, 2006). As feiras destacam-se ainda como tema de interesse de diferentes áreas do conhecimento, corroborando com a orientação de Mott (2000), segundo a qual o estudo em feiras deve ser visto de forma interdisciplinar, unindo a Antropologia, a Geografia, a Economia e as Ciências Sociais.

A partir da resignificação do espaço como socialmente produzido (LEFEBVRE, 2006), são construídos argumentos para uma compreensão da interação social e material em uma produção ativa e social do espaço. Dale e Burrell (2008) destacam que o local de trabalho traça conexões, além de diferentes interações com as práticas sócio-espaciais nas organizações. Deste modo, para os autores, a análise do espaço social de Lefebvre é tomada como o ponto de partida para explorar algumas das características dos espaços organizacionais.

Segundo Dale e Burrell (2008), o espaço é organizado em diferentes escalas que norteiam a construção de práticas sócio-espaciais e que provocam consequências sociais e materiais. Essas escalas espaciais acabam por alinhar uma hierarquia espacial na qual os seres humanos se utilizam para organizar suas atividades e entender seu mundo. Assim, a análise da relação entre espaço e lugar, entre global e corporal, reflete as formas de organizações reais presentes na sociedade – famílias, comunidades, nações, setores público e privado, organizações não governamentais de interesse voluntário ou social.

É ainda, no arranjo dos espaços dentro das organizações que é feita a divulgação do funcionamento de sistema hierárquico, corroborando que o “princípio da visibilidade nos espaços está ligado à necessidade inerente à organização do trabalho” (FISCHER, 1994, p. 91). Essa dinâmica também está presente nas feiras, contudo esta não ocorre tanto por uma questão hierárquica estabelecida, mas por relações de poder, estabelecidas nos espaços simbólicos de disputa, de forma que o que está em jogo é, inclusive, o espaço físico.

Conforme destaca Mott (2000), ao pontuar a importância em se observar como diferentes espaços são valorizados tanto pela administração pública, como pelos feirantes e compradores. Determinados espaços estão ligados a um maior fluxo de pessoas, facilidade de acesso, mais iluminação e visibilidade, o que, nesse caso, confere maiores possibilidades de interação com o público, destaque em relação à concorrência e disputa por clientes.

Nesse contexto, ficar no caminho do público se faz importante, mas a disputa pelo espaço é mais complexa e menos utilitarista que apenas esse aspecto. Assim, a valorização simbólica dos espaços físicos é o que Lefebvre (2006) caracteriza como espaço abstrato, ou seja, certo espaço social produzido a partir de formas modernas do capitalismo. Segundo o autor, o espaço abstrato é o espaço do capitalismo. Da mesma forma, para Dale e Burrell (2008), a mecanização, padronização e mercantilização do tempo e espaço estão interligados, apresentando-se inerentes ao espaço abstrato, o que ratifica a concepção popular

e organizacional de que “tempo é dinheiro” (DALE; BURRELL, 2008; FISCHER, 1994; MOTT, 2000).

Por conseguinte, a arquitetura expressa materialmente ideias de um determinado momento no espaço, como, por exemplo, o propósito de transmitir um senso de racionalidade e de ordem. Contudo, tal apresentação não pode ser vista de forma homogênea, uma vez que também pode reafirmar a diversidade, as contradições e tensões dos tempos e espaços. Da mesma forma, a arquitetura organizacional sozinha não é suficiente para investigar individualmente os edifícios; porém, pode ser considerada como uma condição necessária de análise. Isto porque proporciona alguma compreensão do ambiente construído, dando pistas a respeito de relações sociais e econômicas mais amplas que ocorrem internamente à organização (DALE; BURRELL, 2008).

Ainda segundo os autores, a relação entre forma e espaço construído produz elementos significativos do espaço social, sendo a arquitetura responsável pela produção de fronteiras ou conexões, separações ou conjunções, de uma hierarquia ou de um nivelamento entre espaços e lugares. Consequentemente, a arquitetura pode ainda desenvolver espaços para unir ou promover a interação limitada das pessoas, indo além da construção material, no sentido de aumentar a diferença social em ambientes materiais. Ao mesmo tempo, demonstra uma preocupação com a reprodução das minúcias da vida cotidiana, tais como móveis e decoração. A arquitetura apropria também características específicas do entendimento cultural de determinados modos de vida, moldando espaços mais amplos da sociedade, tanto em termos materiais quanto simbólicos (DALE; BURRELL, 2008).

É nesse sentido que Fischer (1994) destaca que a arquitetura da organização pode ser vista como um espaço fragmentado, relacionado por atividades, que visaria inicialmente à funcionalidade do trabalho. Deste modo, a organização determina lugares que são acessíveis, obrigatórios ou proibidos, o que acaba moldando certas características de relacionamentos. Assim, as atribuições do espaço organizacional acabam por direcionar e refletir sua estrutura social e

sistema hierárquico. A distribuição física dos espaços, ligadas a seu sistema hierárquico, mostra aos indivíduos que estes fazem parte daquela organização, contudo em níveis distintos de escala social e hierárquica. Dessa forma, o espaço da organização, conforme “outros espaços sociais ordenados, é um espaço político na medida em que é vetor das orientações que o poder lhe imprime” (FISCHER, 1994, p. 91).

Dessa forma, também para Dale e Burrell (2008), faz-se importante pensar as organizações como constructo de reprodução da dimensão material na construção do espaço social. Nesse sentido, a organização das organizações estaria corporificada dentro do mundo material da mesma forma que figura no mundo social, dotada de elementos que estariam simultaneamente enraizados em ambos os mundos. Segundo Fischer (1994, p. 90), é possível analisar a organização a partir do espaço que a estrutura, no sentido de identificar suas regras valores e funcionamento, isto porque sua organização física busca racionalizar “os lugares, neutralizando as qualidades sensíveis do espaço”.

Para Fischer (1994), essa separação física e racional da organização tem a função de fixar a relação entre as pessoas em espaços sociais ordenados, herança de uma concepção taylorista de racionalização, padronização e divisão de tarefas. Mesmo com a desconstrução e modernização no interior das organizações na busca por suprimir obstáculos físicos e no sentido de valorizar os espaços simbólicos, o aspecto funcional pode ser identificado, ainda que de maneira mais sutil. Nesse sentido, Dale e Burrell (2008) veem a necessidade de trazer o espaço social e materialidade da organização para dentro dos Estudos Organizacionais. Nas palavras dos autores, as “organizações muitas vezes são analisadas como entidades sociais, sem levar em conta como elas são construídas espacial e materialmente” (DALE; BURRELL, 2008, p. 36, tradução minha).

Assim, ao se construir uma análise das organizações, é necessário, portanto, considerar o social e material como mutuamente enredados, levando-se em conta que os processos sociais produzem ao mesmo tempo estruturas físicas e

significados sociais. As organizações, em suas formas espaciais e materializadas suas relações, podem construir e reproduzir certos efeitos sociais, gerando entendimentos particulares do mundo. A ordenação e os significados produzidos nesses espaços podem então ser expressos em certos aspectos da vida cotidiana (DALE; BURRELL, 2008).

Nesse sentido, a feira pode ser vista como um espaço praticado e relacional, diferente de uma construção física de arquitetura própria, concebida para ser uma organização formal. Contudo, é rica em diversidade, tanto de produtos como dos sujeitos dão vida a esse espaço. Mas, também, repleta de tensões ligadas às relações sociais que se estabelecem nesses espaços. Lugar onde o econômico e o social se complementam, interagindo com as vidas de seus sujeitos (SATO, 2007).

As feiras exercem certa atração aos visitantes de uma cidade, isto porque, segundo Mott (2000, p. 14), funcionam “como uma espécie de vitrine da produção local, do artesanato, da população, da cidade, da região”. As feiras representam, ainda, lugares tradicionais e tradicionalmente populares, carregados de atividades com características diversas (FILGUEIRAS, 2006). Ferretti (2000) coaduna com tais descrições, ao afirmar que as feiras trazem consigo rico significado histórico e cultural, tornando-se, com frequência, atrações turísticas principalmente por apresentar aos visitantes, entre outras manifestações culturais da região, comidas típicas e artesanatos.

Ademais, para Figueiredo e Marquesan (2014), reflexões a respeito do artesanato como forma de expressão cultural, podem contribuir para ampliação e entendimento de diferentes práticas organizacionais, colocando-se como ponto de observação alternativo para novos estudos. Nesse contexto, para Saraiva e Carrieri (2008, p.3), “o caminho para a Administração como área de conhecimento é ampliar a noção ontológica que se tem de organização”. Isso porque o termo organização, do ponto de vista simbólico, é uma construção humana, um fenômeno social que define o que é a organização. Portanto, nos estudos do

simbolismo organizacional, a organização é algo definido socialmente e que deriva de determinados padrões de atividade.

Do mesmo modo, a própria feira pode ser vista como uma organização, pertencente ao sistema econômico e social, que pressupõe fronteiras móveis e caráter temporário quanto ao horário de funcionamento e existência. O fato das feiras acontecerem ao ar livre e geralmente em espaços públicos proporcionam, ainda, contatos primários entre vendedores e compradores, facilitando os rituais de barganha e discussão de preço, diferenciando-se de comércios tradicionais em lojas e *shopping centers* (FERRETTI, 2000; MOTT, 2000; SOUSA, 2000).

As feiras de artesanato e comidas típicas “constituem importantes espaços alternativos para abastecimento ou lazer” (MOTT, 2000, p.34). Ferretti (2000, p.53) assinala a importância de se conhecer a organização e estrutura da feira, desvendando componentes sociais, que estão escondidos nas “relações que as pessoas estabelecem a partir do ato de vender e comprar”. Outro caráter relevante da feira é a possibilidade de propiciar a comercialização dos produtos, sem a ação de intermediários nas negociações, tratando-se diretamente produtor e consumidor (SOUSA, 2000).

As feiras adquirem assim uma função social e simbólica em relação aos espaços que ocupam e de acordo com o contexto do qual fazem parte. As representações socioculturais construídas a seu respeito circulam em determinado tempo e espaço, podendo revelar muito sobre a cultura local, podendo até se tornar ponto de referência de certas regiões. Enquanto organizações, estas podem, ainda, passar por mudanças ao longo do tempo, tanto de caráter físico e organizacional, quanto em relação às regras estabelecidas por seu órgão de controle. Em geral, estes órgãos estão ligados aos municípios que abrigam determinada feira e funcionam não só como mediadores entre os feirantes, mas também como fiscalizadores de seus comércios (SOUSA, 2000).

Para além as regras de controle e fiscalização, estão as relações familiares, de vizinhança e de amizades que são construídas também nos espaços das feiras,

mas que nem sempre se restringem a ela. Tais relações por vezes se misturam e oscilam entre cooperação e competição, formando um fluxo de ações e significações em constante variação (SATO, 2007). Uma possibilidade de compreensão dessas relações encontra respaldo na dinâmica “dar, receber, retribuir” apresentada por Mauss (2003), na qual realidade e ideal, social e individual, podem ser vividas mediante alianças proveitosas, que buscam o bem e o prazer que transcende a utilidade material.

Contudo, tais contratos teóricos de amizade, que asseguram delicada paz de mercado, podem ser facilmente substituídos por rivalidade e revanchismo, caso alguma das partes sinta-se lesada, corrompendo a dinâmica presente entre dádiva e reciprocidade (MAUSS, 2003). Uma possível explicação para o caráter mutável das feiras encontra-se em sua característica de incertezas vividas pelos feirantes, advindas do próprio nomadismo deste tipo de organização (SATO, 2007).

Nesse contexto, a feira carrega consigo diferentes formas de interações tanto entre a própria organização e suas práticas sociais, como representações e manifestações simbólicas e a apropriação do espaço percebido, vivido e concebido. Um espaço que perpassa a história de vida de seus sujeitos, suas estratégias e táticas, percepções, ambiguidades, fragmentações presentes na subjetividade e interações entre o individual, o social e o material. Um cotidiano que mescla trabalho, lazer, incerteza, gratidão e liberdade. Desse modo, a partir dos conceitos aqui apresentados e o entrelaçamento de perspectivas complementares de simbolismo e espaço – cidade, organizações e feira – no próximo item, apresento os caminhos metodológicos percorridos.

3 O MÉTODO

Ao buscar interpretar o simbólico, presente na feira da Praça dos Namorados, optei por realizar uma pesquisa do tipo qualitativa de caráter descritivo quanto aos seus objetivos, entendendo que esta possibilita a compreensão do subjetivo, presente no espaço investigado. Recorro assim a Bauer, Gaskell e Allum (2002), que alertam que, em uma pesquisa social, é necessário estar atento às relações e comunicações formais e informais, que, de certa forma, irão conduzir a qualidade dos dados a serem coletados e analisados, uma vez que estes estarão repletos de suposições feitas sobre aquilo que realmente se pretende pesquisar. Portanto, cabe a mim, enquanto pesquisadora, selecionar adequadamente os dados que retratam as realidades de meu objeto de pesquisa, reconhecendo os vieses que podem se manifestar.

Neste âmbito, ao seguir a orientação e os passos percorridos por outros pesquisadores aqui apresentados, busquei um “olhar de perto e de dentro” conforme proposto por Magnani (2002) em estudos urbanos, enxergando a etnografia como método que daria o suporte necessário ao empreender esta pesquisa. Esse autor defende que a etnografia ajuda a resgatar e descortinar certas dinâmicas e práticas urbanas, relacionadas às maneiras através das quais as pessoas usam e se apropriam dos espaços da cidade. Isso permite ao pesquisador captar aspectos diversos da vida urbana, que, segundo o autor, passariam despercebidos em outros métodos, os quais classificou como “de longe e de fora” (MAGNANI, 2002).

Dessa forma, optei pela utilização da etnografia por acreditar que, num espaço diversificado como da feira, estudado a partir de diferentes lentes teóricas e variadas problematizações, o método ofereceria o entendimento necessário para responder as questões aqui levantadas. Lembro ainda que, na busca pela compreensão de uma cultura, a etnografia como método de pesquisa compõe-se da construção de uma descrição densa. Tenta ler, “no sentido de construção de

uma leitura”, busca compreender o que está sendo visto ao verificar os comportamentos transitórios e modelados, sem julgamentos ou ideias pré-concebidas (GEERTZ, 1989, p. 7).

Magnani (2002) chama atenção ao afirmar que o método não deve ser caracterizado por uma obsessão aos detalhes, mas sim como uma atenção seletiva que consegue unir fragmentos de um todo, oferecendo indícios de um novo entendimento. Isto porque o investigador, a partir de sua interpretação, reorganiza “dados percebidos como fragmentários, informações ainda dispersas, indícios soltos, num novo arranjo que não é mais o arranjo nativo” (MAGNANI, 2002, p.17).

Por sua vez, com o intento de desvelar os aspectos simbólicos presentes na apropriação do espaço habitado da praça, durante a realização da feira, lócus deste estudo, entendo que a utilização do método etnográfico auxilia de maneira significativa esta compreensão, uma vez que passa a ser a busca da “compreensão do não dito, dos elementos omitidos, das inexatidões das mensagens” (FANTINEL; CAVEDON, 2010, p.15). Assim, entendo que a etnografia em si oferece diferentes maneiras de captar os aspectos simbólicos, mostrando-se condizente com o objeto desta pesquisa.

Justifico minha escolha usando o argumento de Yanow (2012), para quem o fazer etnográfico está preocupado com todos os elementos e acontecimentos ao seu redor: as palavras que estão sendo ditas, as ações, as interações entre as pessoas e até mesmo os objetos, tudo o que está acontecendo no espaço organizacional. À sua maneira, Chanlat (1996) propõe que a interpretação e recuperação do sentido atribuído pelas pessoas a seus gestos, ações e sentimentos, pode ser feita através de abordagens etnográficas. Nesse sentido, em tais abordagens, o pesquisador é, ao mesmo tempo, o observador e o participante daquele espaço no qual as pessoas dão sentido “à sua existência e à sua existência organizacional” (CHANLAT, 1996, p.33).

Nesse âmbito, Chanlat (1996, p. 33) chama atenção também para a interdisciplinaridade de abordagens nas pesquisas de campo, pois esta possibilita “delinear uma imagem menos parcelada do indivíduo na organização”. A fim de interpretar a realidade observada, procurando reconstruí-la, a partir da compreensão do simbólico, da representação que o indivíduo faz do mundo e do espaço ocupado. Para o autor, o simbolismo altera essa dinâmica, podendo provocar questionamentos e transformações sociais.

Ademais, a etnografia enquanto método de pesquisa possibilita que os diferentes sujeitos no campo tenham voz; no caso da feira, trata-se de abrir o texto a uma polifonia que capte as falas do expositor ao montador ou passante, uma vez que não se distingue ou se dá peso maior a um ou outro. Tal situação se refere ao caráter polifônico do texto etnográfico, ou seja, todos possuem sua voz no texto, estabelecendo-se um diálogo entre pesquisador, pesquisados e teoria (CAVEDON, 2008; YANOW, 2012). Por sua vez, entendo que os sujeitos deste estudo são todas as pessoas que estão na feira, expositores, trabalhadores e passantes do local.

Optei por fazer uso da observação sistemática, que, segundo Goode e Hatt (1979), caracteriza-se simultaneamente como a técnica de pesquisa mais antiga e a mais moderna, podendo assumir variadas formas. Lembrei-me ainda de Serva e Jaime Junior (1995), que defendem a observação participante, posto que a técnica permite que observador e observado desenvolvam uma relação face a face. Essa proximidade entre as partes do estudo possibilita ao observador ver seus objetos de pesquisa “como sujeitos que interagem em um dado projeto de estudos” (SERVA; JAIME JUNIOR, 1995, p.69).

Senti a necessidade de complementar minhas observações e investigações – tanto na fase exploratória quanto após minha inserção em campo e coleta de dados – com entrevistas, buscando captar a “voz” dos sujeitos da feira, com quem tive menor contato. De acordo com Goode e Hatt (1979), a técnica mostra-se importante na pesquisa contemporânea, uma vez que valoriza a investigação da pesquisa qualitativa. Apoiada nesses autores, optei pela modalidade

semiestruturada de entrevista, com uso de roteiros que auxiliaram no direcionamento das questões ao cerne da pesquisa, ao mesmo tempo em que ofereceram liberdade de adequação entre entrevistadora e entrevistados.

Trabalhei com roteiros previamente elaborados, seguindo os cuidados propostos por Manzani (2003). Para o autor, essa é uma etapa de grande importância na busca por informações, que deve ser planejada e realizada cuidadosamente. Segundo o autor, o “roteiro terá como função principal auxiliar o pesquisador a conduzir a entrevista para o objetivo pretendido”, além de se apresentar como um meio no qual o pesquisador se organiza e interage com o informante (MANZANI, 2003, p.13).

Decidi assim marcar uma entrevista com a então coordenadora e representante da PMV, responsável pelo programa Artes na Praça. A entrevista em profundidade, que ocorreu durante a fase exploratória da pesquisa, teve duração de duas horas, foi gravada e posteriormente transcrita, realizada numa sala da prefeitura. A entrevistada mostrou-se muito à vontade em responder as perguntas que foram conduzidas de acordo com o roteiro (apêndice B).

Já com os passantes, optei por não gravar as entrevistas, o que evitaria possíveis recusas, preferi apenas ouvir suas respostas (roteiro apêndice C) e anotá-las. Em relação aos expositores, a decisão foi não realizar entrevistas individuais, tendo em vista a aproximação com eles ao longo das observações e participações durante minha estada em campo. Participei ainda de duas reuniões com PMV, a primeira com o novo responsável pelas atividades da feira – após a exoneração da antiga coordenadora, em agosto – a segunda envolvia todos os expositores, o SEBRAE e a PMV – ocorrida em setembro de 2015. Em ambas as situações, fui convidada pela da PMV e expositores a participar dos encontros.

No transcorrer das entrevistas, segui os preceitos de Triviños (1997) ao afirmar que as entrevistas semiestruturadas partem de questionamentos básicos, embasadas em teorias e premissas de interesse da pesquisa. Esses questionamentos possibilitam novos argumentos que emergem a partir das

respostas dos informantes, contudo o foco principal da entrevista deve ser mantido pelo entrevistador. Nas palavras do autor, a entrevista semiestruturada “favorece não só a descrição dos fenômenos sociais, mas também sua explicação e a compreensão de sua totalidade”, permitindo ainda ao pesquisador a manutenção de uma presença consciente e ao mesmo tempo atuante na coleta de informação (TRIVIÑOS, 1997, p. 152). Assim, na próxima sessão, justifico as escolhas pelo lócus e apresento minha inserção em campo.

3.1 O CAMPO E A PESQUISADORA

Neste tópico, peço licença ao leitor para falar um pouco sobre minha experiência profissional. Durante 23 anos trabalhei no setor privado, obedecendo à lógica de divisão e intensificação do trabalho, na qual a funcionalidade sobrepõe-se à vida humana, numa tentativa constante de ignorar a subjetividade em ação presente na interação do sujeito com a organização. Ao procurar fugir de meu próprio ranço funcionalista, busquei experimentar uma visão interpretativista que sempre me pareceu mais “palatável”, ainda que fora do meu alcance por tanto tempo. Dessa forma, esta última foi a escolha da base teórica que utilizo, respaldada pela linha de pesquisa à qual estou afiliada – práticas organizacionais e culturais.

Outro fator de destaque foi a escolha do lócus de estudo, um espaço de relevância no contexto da cidade, a feira da Praça dos Namorados. Sempre gostei de feiras, em particular as de artesanato. Isto porque entendo o artesanato como parte da expressão local, que diz muito a respeito da cultura e costumes de uma região. Acredito, ainda, que compreender a feira possibilita identificar como esta se organiza e se relaciona com a cidade e seus habitantes.

Passei parte da minha infância no nordeste, onde nasci, morando na casa da minha avó, que ficava a poucos metros de um mercado regional, uma espécie de feira, só que num espaço fechado, um barracão cedido pela prefeitura local.

Sempre que ela precisava ir até lá, eu pedia para ir junto, só para ver as “coisas diferentes” – artesanato, verduras e legumes frescos, além da variedade de cheiros e sabores.

Foi nessa época que começou meu gosto por feiras, posteriormente reforçado pelos meus pais, que sempre gostaram de “passear e lanchar na feira” aos finais de semana. Até hoje, sempre que vou a uma cidade que não conheço, independentemente da região ou país, procuro descobrir onde tem alguma feira de artesanato ou mercado livre, que possam mostrar um pouco sobre o que as pessoas dali sabem fazer, seus gostos e estilo de vida.

Logo que conheci Vitória, em meus passeios pela cidade, fiquei encantada com sua beleza e geografia, sua orla e suas montanhas de pedra no meio da cidade. Vi que durante a noite os passeios pela beira mar e uma feira de artesanato são opções interessantes para quem procura entretenimento e diversão na cidade. Morando há apenas um ano em Vitória e por preferir espaços abertos aos fechados, a orla e a feira ainda são minhas escolhas preferenciais para passeios noturnos, principalmente nos finais de semana. Foi então que escolhi investigar a Feira de Artesanato e Artes da Praça dos Namorados. Nesse processo de investigação, como é próprio do método etnográfico, algumas adaptações se fizeram necessárias, tanto por conta de dados coletados, como pelo meu próprio fluxo de pesquisadora inserida em campo, o que será abordado adiante.

3.1.1 O errado que deu certo, percurso e percalços da pesquisa

A fim de operacionalizar este estudo, iniciei uma fase exploratória da pesquisa que me desse subsídios e argumentações necessárias com o objetivo de conhecer a feira, sua origem, expositores e passantes. Com o intuito de conhecer melhor a feira e tentar compreender sua dinâmica, realizei já em 2014 sete visitas à feira, com duração aproximada de uma hora e meia cada. Nessas visitas, fiz

uso apenas de observação direta, sem tentar uma aproximação com os sujeitos da feira.

Já em 2015, com a pesquisa delineada, mas ainda em fase exploratória, ampliei o tempo de observação, realizando quatro visitas com duração média de três horas cada. Durante minhas idas prévias ao campo e tentativa de aproximação dos feirantes, tive contato com montadores, representantes da Prefeitura Municipal de Vitória (PMV) e expositores, com os quais, em entrevista exploratória não estruturada, consegui dados preliminares que auxiliaram na caracterização do lócus de pesquisa.

O plano inicial para construção desta etnografia da Feira de Artesanato e Artes da Praça era me instalar numa barraca que comercializava desodorizadores de ambiente em formato de flores perfumadas, velas aromáticas e sachês para carros e gavetas, todos confeccionados artesanalmente. A escolha dessa barraca se deu graças ao intermédio de um contato que possui vínculo de amizade com a expositora responsável pela barraca. Em seguida, já preparando minha inserção em campo, elaborei um planejamento para iniciar a investigação propriamente dita, tendo estabelecido quantos dias ficaria em campo, a localização da barraca que eu trabalharia, qual o meu papel, os horários, enfim, tudo definido.

Eu permaneceria na barraca de maio a setembro (embora tenha ficado em campo até outubro), aos sábados e domingos, acompanhando o mesmo horário que a expositora, das 16h até 22h. Minha participação seria auxiliar a expositora no transporte das mercadorias até a feira, na disposição do material em exposição e no atendimento aos clientes, dando cobertura em suas pequenas ausências. Durante as observações, tomaria nota das minhas percepções, acontecimentos, diálogos e também meu sentimento no dia, construindo assim notas de campo, que seriam posteriormente expandidas para confecção de diários de campo.

Assim, no início do mês de maio de 2015, iniciei meu trabalho de campo. Resolvi chegar à feira um pouco mais cedo que o combinado, para poder acompanhar a montagem das barracas e começar minha familiarização com as rotinas da feira.

Para mim, tudo estava de acordo com o planejado, eu ficaria na barraca previamente escolhida, pelo tempo determinado. Só que na prática as coisas não ocorreram bem dessa forma. O problema foi que, já no meu primeiro dia, essa expositora não apareceu e a barraca, ainda que montada, permaneceu vazia até o final da feira. Só depois de quase dois meses fiquei sabendo o que realmente tinha acontecido: a moça que atendia na barraca teve um problema de saúde e resolveu se afastar das atividades da feira, por tempo indeterminado.

Ao perceber que as horas se passavam e a expositora não aparecia, resolvi “me mexer”: não fiquei sem fazer nada; muito pelo contrário, sem estar fixa em uma só barraca, passei a oferecer ajuda para os expositores em troca de conversa (e informações). Oferecia-me para carregar os produtos, montar a barraca, instalar as luminárias, carregar gelo, armar as tendas usadas para proteger os clientes da chuva, o que fosse preciso. Agi dessa forma nos primeiros sete dias, de maneira a seguir os preceitos do método, adaptando minha estratégia de inserção às contingências do campo. Essas mudanças ao longo da pesquisa remetem à importância de um comportamento proativo por parte do pesquisador, na busca dos dados seguindo os princípios do fazer etnográfico, como propõe Cavedon (2014b).

A partir do oitavo dia em campo, passei a combinar antecipadamente com o expositor titular da barraca onde estaria presente nos diferentes dias em campo, o trabalho para o próximo dia de feira, o que me possibilitou trabalhar integralmente em diversas barracas. Numa das barracas de alimentação, por exemplo, trabalhei ao longo de três dias, sempre uniformizada, sendo que, no primeiro dia (diário nº 9), a iniciativa foi minha ao oferecer meus serviços. Nesse dia, limpei mesas, bandejas, tirei o lixo e atendi clientes, ou seja, minha atuação foi do lado de fora da barraca. Já nos outros dois dias (diários nº 29 e 30) foi a expositora quem solicitou minha presença, só que desta vez para trabalhar dentro da banca, servindo alimento. Ao final do dia, ela desabafou: “achei que você não iria dar conta do serviço” (E22, DIÁRIO DE CAMPO, 29/08/15), reconhecendo o trabalho pesado e meu esforço em atender as necessidades da barraca.

Por vezes, ao atuar como trabalhadora na feira, cheguei a ser confundida com os feirantes, passando por situações nas quais o freguês preferia pagar o produto para mim a pagá-lo ao expositor, dono da barraca. Situações como essas, que poderiam gerar desconforto na relação pesquisadora/pesquisado, acabaram por estreitar ainda mais tal ligação. Dessa maneira, dei-me conta de que, ao apropriar-me da técnica da observação participante, procurei manter uma postura etnográfica, o que permitiu um profundo envolvimento com o campo, ou seja, “a postura de entender o mundo do “Outro” em todas as suas dimensões, mergulhar naquela realidade” (CAVEDON, 2014b, p. 78).

Contudo, antes de alcançar tal inserção em campo, é importante destacar que os expositores e montadores me olhavam de maneira desconfiada. Uns não aceitavam – alguns nunca aceitaram – minha ajuda, outros permitiam que eu trabalhasse, mas me perguntavam – aliás, perguntaram muitas vezes – “você é da prefeitura, não é?”. Particularmente eu achava graça, pois, coincidentemente ou não, os expositores que mais desconfiaram de minha presença inicialmente foram exatamente aqueles com os que mais eu tive contato e acabei estreitando mais os laços pesquisadora/informante.

Com o passar o tempo (notei isso a partir do nono diário de campo) e principalmente das conversas informais, a confiança foi sendo conquistada, e, em alguns casos, eu já estava até cuidando do caixa do expositor, fazendo vendas e atendendo clientes. Com o aumento da confiança veio também mais responsabilidades: certos expositores foram pouco a pouco se tornando confidentes, falavam abertamente coisas que no começo tentaram esconder, principalmente em relação aos produtos comercializados em suas bancas. E, ainda, alguns deles acabaram por se mostrar informantes fundamentais para a construção dos dados de campo.

Não foram raras as vezes em que eu estava em uma banca e outro expositor se deslocava até lá me pedir que eu ficasse em sua barraca para que ele pudesse se ausentar por alguns minutos. Foi nessa fase que a forma de eles se referirem a mim mudou e passei a ser “a menina da caneta”, em alusão às anotações que eu

fazia durante o período da feira. Tornei-me ainda uma figura conhecida por todos na feira, mesmo daqueles que não foram diretamente contatados durante a pesquisa, como “a moça da UFES”.

Em contrapartida, também fui me adaptando a essa nova rotina: passei a almoçar mais tarde aos finais de semana; alguns hábitos normalmente destinados aos sábados, como ir ao supermercado, por exemplo, passaram a ser feitos no meio da semana, de forma que sábado e domingo fossem dedicados ao meu trabalho na feira. No meio do meu tempo de coleta de dados, tive um problema na perna direita que me impediu de ficar muito tempo de pé, então passei a levar meu próprio banco de plástico para ficar sentada na barraca fazendo minhas observações. Entretanto, mesmo depois que já havia me recuperado, continuei saindo de casa e levando meu banco, assim como outros expositores faziam. Sem me dar conta de imediato, fui adaptando meus hábitos e me aproximando cada vez mais das práticas cotidianas dos próprios expositores. Lembrei então de Cavedon (2014b, p. 65), ao apresentar o método:

Fazer etnografia significa viver a cultura a ser pesquisada no seu dia a dia: ouvir, ver e observar, sentir aromas, desenvolver o tato, o paladar, estabelecer relações afetivas com os informantes, enfim, realizar uma viagem científica, na qual a vida do pesquisador não permanece imune ao que ele capta no campo. Ao contrário, quanto mais aberto para as experiências e vivências, mais ricos serão os seus dados e maior será o seu ganho em termos de bagagem pessoal.

Eram tantos acontecimentos que meu maior receio era perder alguma informação importante, e com essa sensação totalizei 40 diários de campo densos e detalhados. Ao utilizar o diário de campo, apoio-me em Cavedon (2008), que reforça a importância desta técnica como uma das formas de registrar as observações do pesquisador e também seus sentimentos no dia de trabalho. Segundo a autora, ao tomar nota dos próprios sentimentos, o pesquisador poderá perceber seus vieses, compreendê-los e identificá-los nas categorias pesquisadas. Ainda para a autora, todos esses registros servirão de base para a construção do texto final, resultado da pesquisa.

Atribuo a confiança que conquistei dos expositores em grande parte ao fato de estar com eles, vivendo a mesma rotina, enfrentando as intempéries do clima, as dificuldades inerentes ao trabalho de rua e as instabilidades do próprio comércio. Assim, esforçava-me para aprender rapidamente os preços dos produtos, entender como cada um deles gostava de deixar a iluminação ou a disposição dos produtos na banca. Em retribuição ao meu trabalho, recebi dos expositores amizade e carinho, demonstrados nos contatos que alguns expositores ainda mantêm comigo e também nos presentes – entre artesanatos, comidas e fuleragens – que ganhei. Essas pequenas recompensas caracterizam a construção de uma relação de empatia entre pesquisadora e informantes à qual se refere Cavedon (2008). Para a autora, a qualidade dos dados obtidos em campo tem forte dependência, com a capacidade do pesquisador em compreender e ouvir o outro.

Ao seguir as premissas do método, pautei minhas ações – em um contexto de aculturação – ao procurar manter a postura de etnógrafa, estando atenta às condições de produção do conhecimento expressos nas interações e reflexividade que se trava no campo de pesquisa (DALLA CHIESA; FANTINEL, 2014). Nesse contexto, resgato os ensinamentos de Geertz (1989), para quem compreender determinada cultura, não é apenas descrever o que eles fazem enquanto sociedade ou grupo, mas principalmente entender o porquê se desenvolveu de tal forma seus costumes, sua visão de mundo, como se relacionam entre si e com outros.

Passados quase dois meses desde o início de minhas estadas na feira, a banca em que eu pretendia ficar no início do trabalho de campo voltou a funcionar. Não com a mesma pessoa, mas com um casal muito simpático, sócios da titular da barraca, que vendiam os mesmos produtos que antes. Ao conversar com eles e explicar a situação, eles ofereceram a banca para que eu fizesse minha pesquisa; contudo, desconsiderei a hipótese de mudar a abordagem em campo, preferindo manter a função de “faz tudo” que havia assumido. Notei que a liberdade de

conhecer e participar de atividades em bancas diferentes (alimentação, artesanato e “fuleragem³”), permitiu-me compreender melhor parte de sua dinâmica e ainda entender a totalidade da feira como uma organização. Segui o rumo da pesquisa tendo tomado uma escolha consciente, a partir da flexibilidade necessária ao fazer etnográfico, apoiada pela atenção reflexiva das implicações de tal escolha, conforme preconizado por Yanow (2012).

Não estar fixa numa só barraca, portanto, possibilitou diversificar meu olhar, auxiliando também na polifonia do texto. Ademais, sem uma inserção maior entre os nativos não teria sido possível captar da mesma maneira que captei as diferentes feiras da feira (apresentada no capítulo 4). Ou seja, não somente a opção pelo método etnográfico foi de fundamental importância para captar as sutilezas nas relações cotidianas, mas também os trajetos percorridos pela pesquisa ao longo do período em campo permitiram a consecução dos preceitos que regem o fazer etnográfico. A seguir, apresento uma breve descrição dos sujeitos que compuseram esta pesquisa.

3.2 A FEIRA QUE VI(VI) EM NÚMEROS

A riqueza deste trabalho encontra-se exatamente no cotidiano daqueles sujeitos que estão ali buscando o seu espaço (CERTEAU, 2014; LEFEBVRE, 2006), seja este na forma de fonte de renda – única ou complemento de seu orçamento pessoal – ou ainda sob a forma de qualidade de vida, diversão e entretenimento. Mesmo entre aqueles que estão ali a trabalho, está presente o diferente, a amizade, a busca pelo espaço de convivência. Contudo, sem descartar o espaço de disputas, intrigas, e, porque não dizer, de concorrência.

³ “Fuleragem” é o termo utilizado pelos próprios expositores quando se referem aos produtos comprados em mercados populares de São Paulo e Belo Horizonte, que em sua maioria, são provenientes da China.

Lembrei-me então que Cavedon (2008) considera que a etnografia implica conhecer o outro; entretanto, se o outro faz parte da mesma sociedade, faz-se necessário, por parte do pesquisador, o movimento de aproximação e estranhamento do campo. Desse movimento dialético, tem-se como resultado final não um “trabalho de campo”, mas o que se escreve a respeito do “trabalho de campo” (CAVEDON, 2008, p.145).

Obedecendo a esse movimento de aproximação e estranhamento, faz-se importante explicar que, no início do trabalho de campo, comportei-me mais como passante, ao observar a feira e consumir seus produtos. Após minha inserção, minha estada em campo se deu com maior frequência junto a expositores e trabalhadores, uma vez que estes são os sujeitos que vivem ativamente o cotidiano da feira. Por consequência, minha visão desse espaço acabou sendo impregnada com a vivência daqueles sujeitos, embora eu tenha buscado privilegiar a todo momento o caráter polifônico do método. Sendo assim, com um pouco mais de dificuldade, busquei trazer o olhar dos passantes, da PMV e de outros sujeitos que se apropriam do espaço da feira.

Os movimentos de aproximação e afastamento, próprios do método etnográfico, permitem construir o “outro”, dando voz a todos os sujeitos de forma igualitária, num profundo diálogo entre pesquisador, pesquisados e teoria (CAVEDON, 2008). Entendo ainda que a etnografia em uma organização precisa dar prioridade ao cotidiano das ações, possibilitando o entendimento do que se passa nas interações e relações entre os indivíduos, sendo maior que uma mera descrição das atividades rotineiras. Recorro então a Cavedon (2008) e Yanow (2012), que salientam a importância da construção de interpretações entre o pesquisador e o campo.

Nesse contexto, foram as conversas informais, junto com a observação participante e elaboração dos diários, as técnicas que mais auxiliaram na obtenção dos dados de campo. Traduzindo em números, foram 96 pessoas com as quais tive contato direto – em conversas informais ou durante minha

participação vendendo ou oferecendo algum produto – durante minha estada na feira, que estão distribuídas de acordo com a tabela 1.

Atividade	Expositor	Passante	PMV	Trabalhador	TOTAL
Expositor	68				68
Faz-tudo ⁴				1	1
Guarda				2	2
Menino		2			2
Montador				6	6
Passante		6			6
PMV			5		5
Reciclador				1	1
Segurança				1	1
Visitante	2				2
Fornecedor				2	2
TOTAL	70	8	5	13	96

Tabela 1 – Distribuição dos sujeitos da pesquisa agrupados por atividade.
Fonte: Dados de pesquisa.

Aqui, como trabalhador (T) da feira – seja este numa barraca específica ou aquele que faz serviço *freelancer* em qualquer banca – estão incluídos os guardas contratados que fazem a segurança local, a pessoa que recolhe latas para reciclagem, os montadores e a própria guarda municipal. Considerei como expositor (E) aquele que é considerado fixo, ou seja, tem sua barraca e está devidamente cadastrado na PMV, mas também aquele que é chamado de visitante, ou, como eles mesmos falam, “o pano”, que expõe seus produtos no chão, ficando fora do leiaute oficial, mas, ainda assim, ao redor das barracas. No

⁴ O T28 é um “faz-tudo”, autodenominação revelada em campo. Trata-se de um rapaz que trabalha na feira há 15 anos, contudo não é empregado fixo de uma barraca especificamente. Já fez serviços de montagem e desmontagem das bancas, trabalhou na chapa de uma barraca de sanduíches, já limpou banheiro, varreu o chão, prestou serviço para a associação, como ele mesmo diz “já fiz de tudo um pouco”. Atualmente não está fixo em alguma barraca, presta serviço ao expositor que precisar dele naquele dia, sendo remunerado ao final do dia.

grupo de passantes (P), incluí os meninos⁵, que também estão ali de passagem. Separei ainda os funcionários da PMV (V), que passam pela feira para fazer a chamada dos expositores; eu poderia também tê-los considerado como trabalhadores, mas preferi destacá-los por representarem o órgão de controle. Os sujeitos desta pesquisa foram codificados seguindo a ordem dispostas nos dados, acompanhado da letra que os representa, como por exemplo: o expositor 73 foi codificado como E73, já o passante 74 tornou-se P74, tendo o mesmo ocorrido para os trabalhadores (T) e representantes da prefeitura (V).

Entre os 70 expositores, agrupei-os por semelhança de produtos que comercializam, considerando-os como: (a) alimento, os chamados pela PMV de quituteiros; (b) artesanato, aqueles que confeccionam eles mesmos peças de decoração, vestuário ou acessórios; (c) decoração, que revendem artigos de decoração, visivelmente que não são de confecção própria ou, ainda, que são industrializados; (d) brinquedos, os que vendem brinquedos trazidos de mercados populares (mencionados anteriormente) ou aqueles que oferecem diversão para o público infantil (brinquedos infláveis ou passeios curtos de trem e pôneis); (e) vestuário, que vendem roupas como calças, vestidos, camisetas, roupas íntimas ou infantis; (f) fuleragem, aqueles que comercializam uma mistura de traquitanas vindas de toda parte, quais sejam, chaveiros, quadros, colares, anéis, brincos. Tais expositores estão distribuídos conforme apresentação da tabela 2.

⁵ É assim que são denominados, por expositores e PMV, os grupos de crianças, jovens e adolescentes que vão à feira para pedir dinheiro, comida e objetos, além de cometer pequenos delitos, tais como fazer uso de maconha ou cola e eventualmente pequenos furtos.

Expositores	Quantidade/sexo		Tempo médio/sexo (anos)	
	F	M	F	M
Alimento	4	2	19,5	20,5
Artesanato	4	18	7,5	13,6
Brinquedo	3	4	11,7	23,0
Decoração	11	3	13,6	14,7
Fuleragem	3	5	9,3	21,0
Vestuário	8	5	15,2	23,0
TOTAL	33	37	13,4	17,3

Tabela 2 – Distribuição dos expositores por sexo e categoria de produtos.
Fonte: Dados de pesquisa.

Em complemento ao perfil dos sujeitos deste estudo, apresento algumas características do grupo de pesquisados. O tempo médio de trabalho na feira entre os expositores com os quais conversei ou trabalhei durante minha permanência em campo foi de 13,4 anos, sendo que o menor foi de apenas um dia e o maior de 40 anos – trabalho este iniciado quando a feira ainda era em outra praça, conforme será explicado oportunamente. Entre os passantes, foram entrevistadas três pessoas do sexo feminino e cinco do sexo masculino, entre eles cinco são moradores da cidade ou região metropolitana e três turistas. Referente aos representantes da prefeitura foram três sujeitos do sexo masculino e dois do sexo feminino. A distribuição de tempo de trabalho entre expositores e trabalhadores pode ser observada na tabela 3.

Tempo de trabalho na feira (Expositores/Trabalhadores)	Quantidade
até 1 ano	10
1 a 3 anos	10
3 a 10 anos	5
10 a 20 anos	28
mais que 20 anos	23

Tabela 3 – Distribuição dos expositores por tempo de trabalho na feira.
Fonte: Dados de pesquisa.

Vale salientar que diversas noções utilizadas aqui, como a separação entre artesanato e outras caracterizações dos expositores, foram baseadas nas descrições feita por eles mesmos, como veremos oportunamente nos tópicos de análise dos dados.

3.2.1 Análise e categorização dos dados

Os dados das observações, diários de campo e entrevistas foram tratados e interpretados por meio da análise de conteúdo, a fim de identificar os aspectos simbólicos relativos a espaço, construídos e reconstruídos pelos passantes e expositores da feira. A escolha para uso desta técnica se deu por entender que esta possibilita a apreensão de aspectos simbólicos presentes nas mensagens, uma vez que estes “estão, necessariamente vinculadas às condições contextuais de seus produtores” (FRANCO, 2008, p.13). A autora citada defende ainda a utilização da análise de conteúdo como técnica complementar ao tratamento dos dados provenientes das observações de campo numa etnografia.

Ao classificar os dados coletados, trabalhei com categorias a *posteriori*, emergentes do campo, do conteúdo das respostas, conversas e observações, ciente ainda da necessidade de uma “constante ida e volta do material de análise à teoria” (FRANCO, 2008, p.53). Ainda segundo a autora, a semântica, dentro do contexto da análise de conteúdo, vai além do estudo da língua, uma vez que fornecem bases descritiva, analítica e interpretativa do sentido atribuído nas mensagens verbais, gestuais ou simbólicas.

Portanto, fiz uso de categorias temáticas, identificando primeiramente categorias mais amplas ou molares, para então classificar os indicadores em categorias moleculares, menos fragmentadas e interpretativas, respeitando os requisitos propostos para formação de cada categoria (FRANCO, 2008). Na prática, logo que comecei a organizar os dados dos diários de campo, percebi que eles se poderiam ser agrupados em seis categorias. Essas categorias a princípio pareciam antagônicas, mas observando-as detalhadamente foi possível notar que se complementavam.

Busquei então, como ponto de partida, analisar os dados de campo à luz da proposição teórica de produção de espaço de Lefebvre (2006), além de concentrar esforços em identificar aspectos simbólicos de espaço. Ao classificar os dados, já dentro das categorias temáticas, notei que poderia fazer mais um agrupamento, uma vez que se assemelhavam aos espaços trazidos no referencial teórico que utilizei, chegando assim ao quadro apresentado na sessão 5 deste trabalho. Em complemento, no próximo capítulo, apresento a praça, a feira e suas especificidades, para em seguida apresentar a categorização e análise dos dados.

4 A PRAÇA E AS FEIRAS DA FEIRA

À primeira vista, a feira em questão apresenta-se como uma organização aparentemente coesa, que, aos olhos dos passantes, poderia ser uma feira de artesanato como outras tantas existentes em diferentes cidades. Aliás, esse também foi meu primeiro olhar ao chegar à feira e procurar compreender sua dinâmica, conhecer suas rotinas. Contudo, a partir de minha vivência com os sujeitos da pesquisa, foi possível perceber não é bem assim que esta organização funciona em seu cotidiano, possibilitando a emergência de várias feiras na mesma feira.

A estabilidade material estaria caracterizada pelo lugar, o qual Certeau (2014, p. 184) chama de “configuração instantânea de posições”, este demarcado pela prefeitura atua como elemento estabilizador na organização. Há ainda o espaço, que o autor posiciona como o lugar praticado, produzido a partir das práticas do lugar. Assim, é no cotidiano que reside a incessante transformação de lugares em espaços ou de espaços em lugares, relações mutáveis e por vezes contraditórias (CERTEAU, 2014).

Dessa forma, é o espaço simbólico, compartilhado pelos diferentes sujeitos em campo, que exerce o papel de elemento desestabilizador da feira. São ainda os conflitos vividos pelos expositores em seu dia a dia que revelam algo bem diferente daquilo que um olhar superficial consegue captar: um espaço repleto de disputas e fragmentações. Pode-se constatar, assim, a presença de diferentes feiras que coexistem na Feira de Artesanato e Artes na Praça da Praça dos Namorados. É isso que buscarei evidenciar nas próximas sessões.

4.1 A PRAÇA

A Feira de Artesanato e Artes na Praça chama a atenção especialmente por estar localizada num bairro considerado nobre da cidade, próxima a hotéis e pontos turísticos, além ter tradição de quase 30 anos, diversidade de produtos e algumas comidas típicas que representam a região. A praça que abriga a feira fica no bairro Praia do Canto, considerado, segundo a PVM, uma das regiões com melhor infraestrutura da cidade, com atividade de comércios e serviços (VITÓRIA [Município], 2015).

Segundo os números do Censo 2010, o bairro é o terceiro mais populoso da cidade, com cerca de 15.147 habitantes entre os 327.801 habitantes da capital, porém é somente o sexto em densidade demográfica. É considerado um bairro nobre por suas construções imponentes, algo percebido tanto pela altura dos edifícios quanto por sua arquitetura. A renda *per capita* dos moradores do bairro era, em 2010, em torno de R\$ 3.844,97 (média mensal), contra R\$ 1.662,97 da cidade toda (IBGE, 2010). Na figura 1 é possível ver algumas dessas construções citadas acima, além do espaço da praça, parte da orla e o late Clube.



Figura 1 – Praça dos Namorados, Vitória/ES.
Fonte: Google Earth, aplicativo.

Faz parte da praça toda a área demarcada em vermelho na figura 1, formada por duas quadras de tênis, uma de vôlei e uma de futebol de areia, uma pista de skate e um parquinho infantil. Possui ainda áreas verdes e diversas árvores de diferentes espécies, que garantem sombra farta. Lugar no qual as pessoas (moradores, passantes ou turistas) fazem caminhadas, passeiam com seus animais de estimação, andam de bicicleta, levam crianças para brincar e aproveitar o espaço que é conservado e mantido pela PMV.

Na praça, pode ser vista também uma pequena construção que abriga um almoxarifado de ferramentas e produtos que servem para manutenção das árvores e plantas dali. Neste local, trabalham diariamente um técnico da PMV especialista no cuidado de árvores e um segurança, empregado de uma empresa prestadora de serviço para PMV. Há também monitoramento 24 horas por câmera, além de ser rota de passagem da polícia militar, guarda municipal e polícia montada, em ação preventiva.

Ao lado, é possível ver outro pequeno prédio, onde se localizam quatro banheiros públicos, que são mantidos e conservados pela lanchonete “B”. Essa lanchonete

fica numa outra construção, cerca de 100m dos banheiros, que também faz parte da praça. Por conta de um contrato entre a lanchonete e a PMV que culminou na ampliação da própria loja, a responsabilidade de conservação dos banheiros foi transferida da PMV para a franquia da referida lanchonete. Em minhas conversas com alguns expositores, pude notar que este é um assunto que os desagrada, isto porque, na visão dos expositores, o contrato não estaria sendo respeitado pela empresa.

A feira utiliza para seu funcionamento uma área de 5.901,94m², cerca de 50% da extensão da praça, estabelecendo-se ao final da tarde e à noite regularmente em finais de semana e esporadicamente em feriados ou datas comemorativas. A feira faz parte ainda do Programa Artes na Praça, iniciativa da PMV, e regulamentada pelo Decreto n° 12.001, de 28 de julho de 2004 (VITÓRIA [Município], 2015).

4.2 A FEIRA E SUAS FEIRAS

Há muitas informações desconhecidas sobre quando e como a feira começou; contudo, segundo um informante que faz parte do comitê gestor e está na feira há 23 anos, além de outros expositores igualmente antigos no local, a feira passou a ser reconhecida pelo poder local no governo de Hermes Laranja Gonçalves, que se deu entre 1986 e 1988. A ideia teria partido da intenção do prefeito na época em aproveitar um ponto turístico da cidade, levando ao local artesanato e comida típicos da região aos visitantes do local.

Segundo a coordenadora do programa, no início, o produto local e de artesanato eram o “carro chefe” da feira, mas, com o passar do tempo, outras barracas foram se instalando e comercializando os mais variados produtos. Passando entre as barracas da feira, é possível notar uma diversidade grande de produtos artesanais, bem como produtos entre brinquedos e pratarias que certamente são comprados de outros mercados populares, geralmente de São Paulo e Belo

Horizonte, “*made in China*” em sua grande maioria. Entre as barracas de alimentação, é fácil encontrar a moqueca e a torta capixaba, considerados, estes sim, pratos típicos regionais. Mas também são comercializadas outras opções de refeição rápida, que podem ser encontradas em outras localidades, como comidas italianas, mexicanas, japonesas, baianas, cachorro quente, *pizzas* e o popular espetinho.

A feira acontece regularmente aos sábados e domingos, das 17h às 22h – horário oficial de funcionamento. Apesar disso, o que se vê na prática é que o início das atividades está praticamente de acordo com os termos oficiais; já o encerramento varia muito. As barracas de artesanato obedecem a esse horário, mas as de alimentação ficam até mais tarde, geralmente até vender todo o produto disponível, que, por ser perecível, obrigatoriamente deverá ser descartado de um dia para o outro. Para as barracas de alimentos, a fiscalização da vigilância sanitária é rigorosa, mas não durante a realização da feira e sim na preparação dos alimentos. Atualmente, conforme informações da PMV, a feira conta com 209 barracas, sendo 159 de artesanato e brinquedos e 50 de alimentação, além de receber entre 5.000 e 8.000 passantes por final de semana (figura 2).



Figura 2 – Feira de Artesanato e Artes da Praça.
Fonte: Prefeitura Municipal de Vitória, 2013.

Alguns expositores estão organizados em uma associação chamada Associação das Micro e Pequenas Empresas, Empreendedores Individuais, Artesãos e

Expositores da Praça dos Namorados (AMPE). A associação, conforme descrito em seu estatuto, foi criada em 2013 com o objetivo de capacitar os expositores em gestão empresarial e mediar suas relações junto aos órgãos de controle e administração pública. Essa associação foi criada por iniciativa dos próprios expositores, em substituição à associação anterior, Expoarte, que deixou de existir pela saída do programa de alguns de seus organizadores. A AMPE é responsável por um site <<http://pracadosnamorados.org/>> ainda incompleto (fora do ar na ocasião da defesa desta dissertação), que fornece algumas informações sobre a feira, seus expositores e produtos comercializados, além da lista com o nome e produto comercializado por seus 43 associados (OLIVEIRA; RIGO, 2013).

Há expositores que optam por não fazer parte da referida associação. Entre alguns, predomina o discurso de que a associação existiria para o benefício de poucos, conflito que será problematizado oportunamente. Já o chamado comitê gestor é formado por três expositores – um de alimento e os outros de artesanato ou brinquedos – com três suplentes. A cada dois anos, um novo comitê gestor é eleito, num processo de votação realizado na própria feira. O comitê foi formado por exigência da PMV, conforme descrito no decreto que regulamenta a feira. É o comitê gestor que medeia as necessidades e reivindicações dos expositores junto à Secretaria Municipal de Turismo, Trabalho e Renda (Semttre).

No sábado pela manhã, por volta das 8h, as estruturas das barracas começam a ser montadas por profissionais autônomos, contratados pelos próprios expositores ou ainda pela AMPE. A prefeitura não permite que as barracas fiquem montadas de um dia para o outro; logo, no final da feira, os mesmos montadores desmontam e agrupam as ferragens num espaço da praça, para remontá-las no domingo (figura 3).



Figura 3 – Ferragens das barracas, montagem e transporte.
Fonte: Acervo da autora.

Há expositores que preferem eles mesmos transportar e montar sua barraca, para diminuir os respectivos custos. A limpeza da praça se inicia às 6h da manhã dos dias seguintes à feira, sendo esta de responsabilidade da PMV, via serviço contratado. O chão da praça é todo demarcado com tinta, separando os espaços de cada barraca, as delimitações dos locais próprios para a colocação das mesas com cadeiras ou banquetas e ainda as áreas de circulação, que atuam como corredores de passagem.

Em setembro de 2014, o leiaute da feira, que concentrava as barracas de alimentação em uma das extremidades da praça, conforme visto na figura 4, foi alterado, obedecendo à disposição representada na figura 5. Essa mudança foi vista como necessária pelos sujeitos em campo, tanto representantes do comitê gestor, da PMV e expositores, uma vez que, segundo eles, polarizava o público às barracas de alimentação.

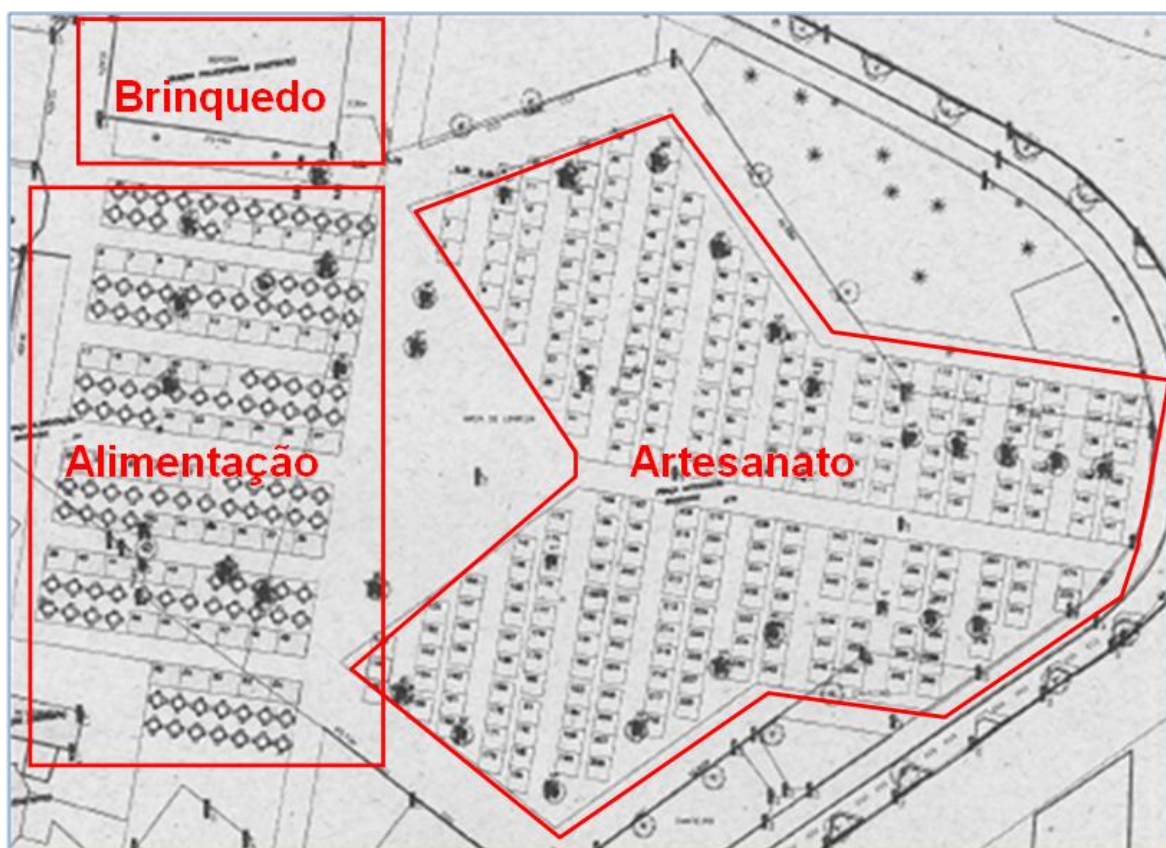


Figura 4 – Leiaute anterior da feira.
Fonte: Prefeitura Municipal de Vitória, 2015.

A mudança, segundo um montador e um representante do comitê gestor, teria acontecido em caráter experimental, atendendo a um pedido antigo dos expositores de artesanato. Isto porque, no entendimento destes últimos, grande parte dos passantes vai à feira em busca de alimentação, e o leiaute antigo concentrava todas as barracas de comida de um lado e as de artesanato do outro lado da praça.

Essa alteração, segundo os próprios expositores e também na opinião dos montadores das barracas e PMV, teria aumentado a circulação das pessoas na feira. Também, durante a pesquisa de campo, pude observar uma grande circulação de pessoas na feira, de um lado para o outro na praça, algo que eu não havia percebido na disposição anterior, na qual as pessoas permaneciam de sobremaneira na área destinada à alimentação. A nova disposição das barracas

foi desenhada pela PMV, que distribuiu as barracas de alimentação nos dois lados da praça, concentrando as de artesanato no meio, conforme a figura 5.

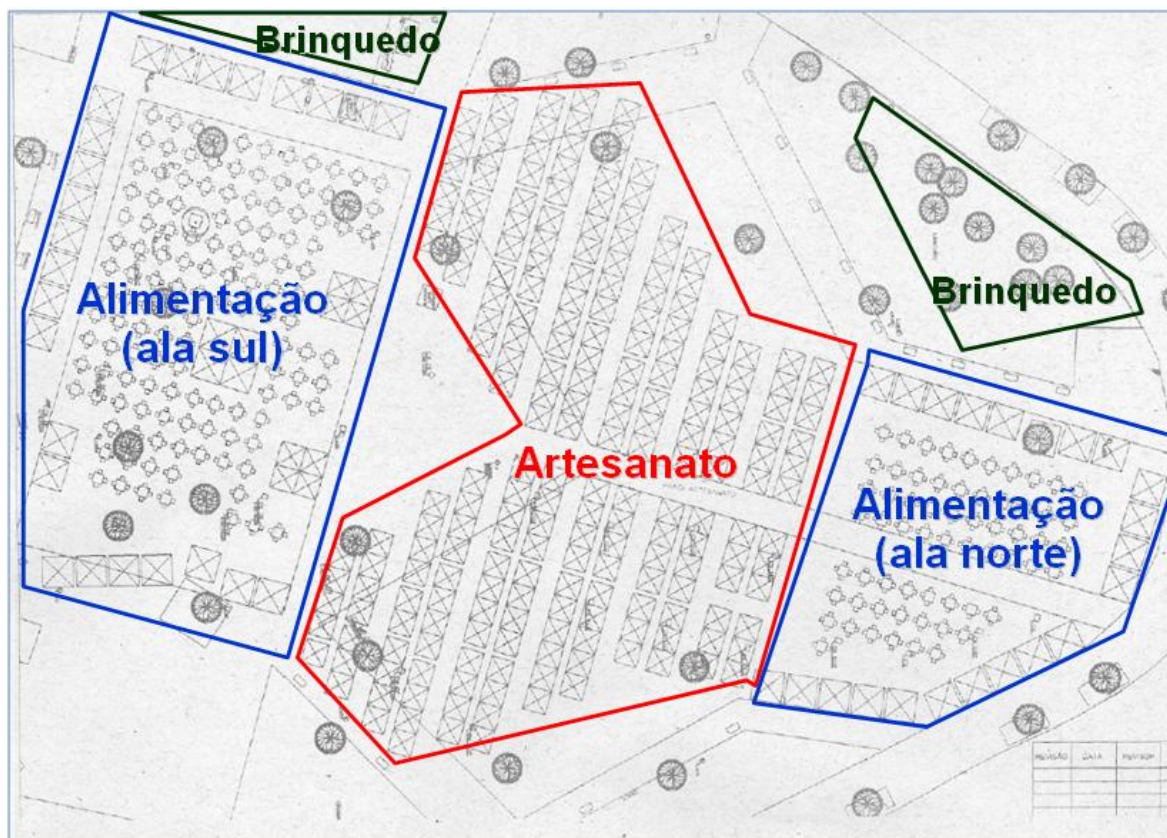


Figura 5 – Leiaute atual da feira.
Fonte: Prefeitura Municipal de Vitória, 2015.

Apesar de trazer um maior fluxo de pessoas na feira, a mudança desagradou a muitos expositores de alimentos, que tiveram que deixar de lado o espaço que ocupavam anteriormente e que seus clientes já conheciam, para se acomodar em outro lugar. Segundo as expositoras de alimentos E21 e E22 – cada uma delas fica de um lado diferente da praça –, as mudanças provocaram um “racha” entre os expositores, principalmente entre aqueles que foram realocados. Contudo, ambas reconhecem a importância das alterações, principalmente para o artesanato.

A E21 relata que ela e outros expositores passaram por muita humilhação, disputas, brigas, segundo ela devido à maneira pela qual todo esse processo de

mudança foi conduzido, transformado a praça em um espaço de muita hostilidade entre os feirantes – assunto que será abordado adiante, durante a análise dos dados coletados. Segundo a expositora e confirmado pela coordenadora do programa, uma das razões para tais conflitos seria que as medições topográficas não teriam sido feitas adequadamente, trazendo informações equivocadas que, na realidade, não se configuraram em espaço disponível no local.

Assim, no papel, o espaço comportaria metade das barracas de alimento de cada lado da praça e as bancas de artesanato no meio. Contudo, na hora de colocar as barracas na praça, o espaço não foi suficiente para acomodação de mesas e cadeiras, porque, no planejamento, foram desconsiderados obstáculos naturais como árvores, arbustos e até mesmo cercas.

Na prática, a coordenadora do programa afirma que passou dias medindo pessoalmente o espaço físico da praça disponível para a feira, levando em consideração aquilo que havia sido desprezado inicialmente – árvores, arbustos e cercas. Essa nova medição fez com que o desenho da feira ficasse um pouco diferente do disposto na figura 5, acomodando as barracas de artesanato mais no centro da praça, abrindo espaço para colocação de mesas e cadeiras para as bancas de alimentação, que haviam mudado de lado (ala norte) na alteração do leiaute.

4.2.1 A feira da comida

O setor de alimentação, após a alteração do leiaute da praça, ficou dividido em norte (N) e sul (S), criando duas áreas que oferecem praticamente os mesmos tipos de refeição, petiscos ou sobremesas. A mudança acirrou ainda mais os ânimos entre esses expositores, em uma relação que, segundo diferentes relatos, nunca teria sido muito amistosa, uma vez que eles se veem como concorrentes diretos, disputando os fregueses literalmente no grito.

A mudança no leiaute possibilitou a colocação de mesas e cadeiras, criando duas praças de alimentação, em concepção similar à de muitos *shoppings* espalhados pela cidade. Antes, de acordo com o Decreto nº 12.001, de 28 de julho de 2004, cada expositor de alimento, descrito no documento como quituteiro, poderia dispor de, no máximo, quatro bancos individuais móveis, sem encosto (VITÓRIA [Município], 2015). Na prática, esses bancos eram colocados atrás da barraca para quem estivesse consumindo. Com a nova disposição, as pessoas compram o que desejam comer ou beber e escolhem onde se sentar, permanecendo ali pelo tempo que desejarem.

A mudança de local trouxe, ainda, outras consequências a diversos expositores. A E70, por exemplo, disse que, logo que saiu do lado S para o N, alguns de seus fregueses, acostumados com suas sobremesas e procurando por ela, teriam ouvido dizer – por expositores localizados na ala S – que ela tinha saído da feira e em algumas situações até que tinha morrido. Posteriormente, tal situação também foi relatada por outros expositores de alimento que igualmente tiveram que mudar a posição de sua barraca.

4.2.2 A feira do artesanato

Antes de tratar mais especificamente do tema que é título deste item, é preciso tratar de uma questão precedente a ele: o que é artesanato? O decreto que regulamenta a feira não define o que considera artesanato; apenas diz que não podem ser comercializados produtos totalmente industrializados (exceto antiguidades) ou, ainda, produtos que não sejam de confecção própria do expositor. Contudo, o documento define técnica e especialidade que são avaliadas pela PMV em conjunto com o comitê gestor, na admissão de novos expositores. A técnica estaria relacionada com o artesão e sua habilidade ou saber fazer, numa arte ou ofício. Já a especialidade diz respeito ao produto em si, que segundo o documento precisaria ser “especial, destinado a determinado fim;

coisa distinta, singular; iguaria feita com requinte, ou com particular cuidado” (Decreto nº 12.001-04-fls. 5).

Entretanto, para os expositores presentes na feira, o artesanato estaria ligado à produção de algo que foi concebido na mente e executado pelas mãos do artesão. Uma arte para os que gostam de serem chamados de artista; já outros concordam que o artesanato em si é uma arte, mas não gostam do rótulo de artista, preferem ser conhecidos como artesãos. Mesmo discordando em alguns aspectos de suas identidades profissionais, ambos os grupos almejam o reconhecimento pelo seu trabalho, que, pela própria concepção e execução, são únicos.

É interessante destacar que tal concepção está de acordo com o pensamento de Sennett (2013, p. 169) quando o autor fala sobre essa relação profunda entre mente e mãos do artesão ao afirmar que “a técnica estará sempre intimamente ligada à expressão”. Essa relação evidencia uma profunda ligação entre a ideia e a matéria expressa no produto final, que para o artesão é sempre inacabado, um processo criativo lentamente aprimorado pela prática. O desenvolvimento da técnica passa pelo engajamento do artesão, que transforma em símbolo o seu empenho, reafirmando sua presença no mundo (SENNETT, 2013).

Assim, ao se definirem como artesãos, os expositores que se autodenominam a partir de tal categoria excluem parte dos expositores que comercializam tanto produtos comprados quanto produtos feitos por eles mesmos. Ou, ainda, aqueles já que abandonaram o ofício completamente e apenas revendem produtos da China de baixa qualidade, a preços módicos, que atraem parte significativa dos passantes pela grande oferta e variedade. É nessa disputa que surge a figura dos expositores que vendem “fuleragem”, pessoas que estão na feira há bastante tempo e foram se adaptando às mudanças no público que atualmente visita a feira, oferecendo produtos com preços acessíveis.

Os artesãos com quem tive contato, atribuem a responsabilidade pelo surgimento dessa categoria de expositores principalmente à mudança na gestão por parte da

PMV. Isso porque, na percepção dos artesãos, quando a regulamentação era parte das atribuições da Secretaria de Cultura do município, o artesanato em si era mais valorizado. Para eles, ao passar-se o controle da feira para a Secretaria de Turismo, Trabalho e Renda, os interesses foram modificados e consequentemente a natureza da feira teria sido desfigurada.

4.2.3 A feira da fuleragem

Na própria visão dos expositores que comercializam tais produtos, é preferível referir-se a eles como “fuleragem” a chamá-los de bugigangas ou traquitanas. Em geral, reconhecem o estigma que cerca sua atividade na feira, especificamente no que diz respeito aos expositores artesãos. Entre essas duas classificações há grande concorrência, ao ponto de que os artesãos manifestam o desejo de que os vendedores de “fuleragem” fossem retirados da feira. Estes, por sua vez, argumentam que todos têm o mesmo direito de trabalhar e que não se importam com essa disputa, desde que esta não afete o seu negócio.

Pude observar que, enquanto o artesão vende um ou dois produtos, o outro já vendeu quase dez vezes mais no mesmo espaço de tempo. Para além do utilitarismo do dinheiro e do lucro, é interessante ressaltar que há implicações simbólicas permeando essas disputas, como a sensação de desprestígio que o trabalho feito pelas próprias mãos, em muitos casos mais caro, na visão de muitos passantes. Não é difícil ouvir dos artesãos que “o povo brasileiro não valoriza o artesanato, o estrangeiro vem aqui e compra um monte de coisa nossa para levar” (E56, DIÁRIO DE CAMPO 05/07/15). Da mesma forma, para este expositor de fuleragem, que no passado também era artesão, disse “não vale a pena fazer artesanato mais, você for fazer vai fazer papel de bobo, não compensa” (E43, DIÁRIO DE CAMPO 07/06/15) referindo-se ao artesanato em comparação com os produtos vindos da China que “invadiram” a feira.

Alguns desses expositores chegam a afirmar que seus produtos são confeccionados por eles mesmos, ou por alguém de sua família, não admitindo que estejam apenas revendendo algo que compraram por um preço bem inferior. Contudo, ao circular entre as barracas, facilmente se encontram os mesmos produtos em bancas distintas e, em algumas vezes, com preço também igual.

Uma figura pitoresca nessa “feira da feira” é o sujeito E85, que se autodenomina “o rei da fuleragem”; aliás, basta chegar à feira e procurar por ele, chamando-o deste jeito que todos sabem quem é. Seu lema é “fuleragem sim, mas da melhor qualidade!”. Ao dizer isso, solta uma gargalhada alta e abre um sorriso largo. Por conta de sua simpatia, acabei ficando por vários dias em sua barraca, podendo sentir a realidade de se trabalhar vendendo fuleragem na feira, mas, principalmente, de sentir a hostilidade de alguns artesãos que consideram tal comercialização uma concorrência desleal.

4.2.4 A feira da Prefeitura

Ao buscar informações sobre o início oficial da Feira de Artesanato e Artes na Praça, reconhecida e regulamentada pelo poder local, não consegui chegar a dados e fatos precisos, ainda que junto à PMV. Isto porque, segundo a coordenadora do programa à época, houve um incêndio há cerca de sete anos que queimou os registros oficiais do local, que eram de responsabilidade da Secretaria de Cultura.

A coordenação da feira atualmente é de responsabilidade da Semttre. A secretaria é o órgão da PMV responsável por fiscalizar e estabelecer as regras de organização e funcionamento da feira. Segundo a responsável pelo programa, a PMV tem intenção de fazer um trabalho de resgate histórico da feira, além de traçar um perfil socioeconômico junto aos seus expositores.

O interesse da secretaria é regularizar e capacitar o máximo possível de expositores, uma vez que nem todos estão cadastrados como micro empreendedor individual (MEI) ou micro empreendedor (ME). Houve inclusive uma tentativa de regularizá-los, oferecendo ainda cursos e palestras do SEBRAE, promovidos pela PMV em setembro de 2015. Para um dos responsáveis da Semttre, o trabalho na feira deveria ser temporário, possibilitando ao expositor, após certo tempo de trabalho na feira, venda e divulgação de seus produtos, que este se colocasse no comércio formal e não permanecesse por tempos prolongados no programa, como é o caso da maioria hoje, abrindo espaço de trabalho para outras pessoas. Entretanto, essa não é a realidade de muitos expositores que literalmente cresceram na feira ou continuaram o trabalho dos pais, evidenciando a feira como um negócio também familiar.

Na ótica dos expositores, a fiscalização é excessiva e sem contrapartida da PMV, porém, por parte desta, o controle é considerado mínimo e sem o devido reconhecimento dos expositores quanto às benesses de seu trabalho. Durante o período da feira, um fiscal passa de barraca em barraca fazendo a “chamada” dos expositores; duas faltas seguidas podem incorrer em advertência ao expositor dono da barraca, mesmo que seu suplente – devidamente registrado no órgão de controle – esteja no local. Para que seja considerado presente é necessário que o expositor titular esteja pessoalmente no local.

Além de verificar a presença dos expositores, a PMV certifica-se que nenhuma barraca esteja ocupando espaço além do destinado àquele tipo de banca (artesãos 5,30m² e quituteiros 7m²). Verifica ainda a conformidade em relação às cores e padrões das barracas, que devem ser todos iguais. Na prática, o que vi é que o fiscal passa com certa regularidade na maior parte dos dias de feira, mas em finais de semana com feriado ou em dias de chuva, em sua maioria, não há qualquer tipo de controle.

4.2.5 A feira dos meninos

Nas falas obtidas em campo, foram muitos os expositores, passantes e representantes do poder local que relataram sentir-se incomodados com a presença dos ditos “meninos”. Esses jovens e crianças costumam estar presentes na feira com regularidade: estão lá todos os dias, às vezes chegam cedo, em outras só após as 20h, que é exatamente o horário de maior movimento de passantes. Estão sempre em grupos; em uma das observações, cheguei a contar mais de 30 meninos e meninas, com faixa etária que variava entre oito e dezessete anos. Ao conversar com eles durante as estadas em campo, percebi que os relatos tratam sua presença na feira como uma atividade lúdica: lá estão basicamente para se divertir. Contudo, outros sujeitos presentes na feira revelaram opiniões diferentes sobre o partilhar do espaço com esses jovens.

Conversei com alguns desses jovens, que me contaram morar com algum familiar, frequentar a escola, mas que gostavam de ir até a feira para brincar e comer. Nesse caso, nada diferente em relação a outras crianças e adolescentes que vão à feira. No entanto, para eles, pedir algo a estranhos não é um problema. Assim, gostam de pedir coisas a todas as pessoas, ora um doce, um salgado, um refrigerante, ora um colar, um anel, um brinquedo.

Por outro lado, observei que muitos gostam do enfrentamento; discutir com um expositor, sujar os produtos da barraca, derrubar algo no chão ou até mesmo furtar objetos ou valores que não ofereçam resistência pode representar um divertimento que, por vezes, torna-se perigoso. Notei que, ao agir dessa forma, dão risada e se divertem muito, em uma espécie de jogo de coragem, em que provocam e correm, juntam-se aos grupos e riem muito de tudo o que fizeram.

Já para a PMV, segundo o sujeito V76, atual coordenador do programa, “não há o que se fazer com eles”, pois não caberia a este órgão o poder de retirá-los do local. De acordo com informações da PMV e juizado de menores, a maioria deles já é assistida por algum programa social do governo. Enquanto isso, para a

guarda municipal, a praça é um espaço público e, se os menores não estão fazendo algo “errado”, não há razão para tirá-los dali; isto é, para a polícia local há a necessidade de presenciar a ocorrência de algum delito para então poder agir.

As brincadeiras aparentemente ingênuas, ou seja, as pequenas transgressões dos “meninos” – pedir, confrontar, pegar – nem sempre é orquestrada apenas por eles; por vezes, presenciei, entre os grupos, adultos mandando os jovens pegarem coisas, ou buscarem determinadas comidas ou ainda brigando quando eles não conseguiam trazer a “encomenda”. Esses adultos pareciam fazer parte ou ainda comandar o grupo de crianças. Geralmente, são pessoas que ficam afastadas da aglomeração da feira, procurando sentar-se em bancos ao redor da praça.

Após esta breve apresentação das feiras que encontrei na feira, no próximo capítulo, abordarei os achados em campo e as categorias de análise extraídas dos dados.

5 ESPAÇO PRATICADO, O QUE A FEIRA REVELA

Começo explicando o título deste capítulo. Ao organizar e analisar os dados de campo, interpretei a feira como um espaço ao mesmo tempo concebido, percebido e vivido, ou seja, um espaço praticado, que remetia ao conceito de espaço proposto por Certeau, daí minha decisão por esse caminho. Esse espaço praticado é produzido ambigualmente a partir da interação do sujeito com o mundo, reproduzido numa existência espacial (CERTEAU, 2014), como na feira de artes e artesanato da Praça dos Namorados.

São as práticas, as vivências dos sujeitos na feira que modificam esse espaço, de forma que o concebido é transformado pelo vivido, dissimulado pelo percebido, numa existência espacial que ultrapassa limites e transgride a ordem estabelecida. Constrói-se uma intensa reapropriação e ressignificação desse espaço, uma leitura do mundo com base em seu cotidiano, isto é, o espaço produzido a partir das práticas de expositores, passantes, meninos e poder público.

Esse espaço material converte-se então no palco e representações de seus sujeitos, conforme caracterizado por Certeau (2014), o espaço enquanto movimento, vivo e em transformação. Ou ainda o espaço socialmente produzido de Lefebvre (2006), um espaço simbólico no qual se percebe a prática espacial, as representações do espaço e os espaços de representação, no equilíbrio entre os três movimentos do espaço: o concebido, o vivido e o percebido.

Não obstante, para além das diferenças a respeito das ideias de transformação do mundo entre Lefebvre e Certeau, conforme destaca Kanishka (2008), entendo que as proposições de espaço de ambos mostraram-se complementares na análise dos dados de campo captados nesta pesquisa. Por um lado, Lefebvre (2006) analisa a produção do espaço a partir de uma maior ênfase às

macroestruturas de poder, na qual a relação opressor/oprimido é explorada pelo autor através de uma concepção de espaço urbano pelo poder público. A visão de espaço de Certeau (2014), por sua vez, não se encarrega de problematizar essas macroestruturas, mas sim as práticas que acontecem no nível micro. Este autor transcende a visão do dominado como mero espectador da vida cotidiana ao admitir a subversão e transgressão através das práticas do espaço, dando conta assim dos micropoderes. Nesse sentido, para a presente análise, as concepções de ambos os autores puderam ser discutidas em conjunto, auxiliando na interpretação do complexo caleidoscópio simbólico que a feira se mostrou.

Assim, a partir das vivências em campo e com o propósito de evidenciar minhas descobertas, procurei classificar os dados obtidos, identificando-os de acordo com a similaridade de temas e interpretando-os à luz do referencial teórico aqui utilizado. É possível que muitos dos dados e interpretações aqui apresentadas sejam passíveis de interpretações distintas, contudo estou ciente que tais considerações fazem parte do trabalho etnográfico.

Como complemento, busquei aproximar meu olhar à realidade de meus informantes, que também são interlocutores neste empreendimento. Dessa maneira, os dados obtidos a partir dos espaços simbólicos da feira e suas análises foram agrupados como espaços concebido, vivido e percebido, de acordo com as proposições de espaços socialmente construídos de Lefebvre (2006). Todavia, busquei ainda, nas falas dos sujeitos e nos dados observados, a proximidade temática, resultando no agrupamento visto no quadro 1.

CATEGORIAS TEMÁTICAS	CATEGORIAS TEÓRICAS CORRESPONDENTES
Espaço de trabalho, complementação e geração de renda	Espaço concebido
Espaço de lazer, brincadeira e alimentação	
Espaço de fragmentação, conflito e disputa	Espaço vivido
Espaço de incerteza e queixa	
Espaço de amizade, cooperação, gratidão e realização pessoal	Espaço percebido
Espaço de sensação de liberdade e saudade	

Quadro 1 – Categorias de análises.
Fonte: Dados de pesquisa.

Dessa maneira, o espaço da feira foi concebido para as representações de espaço, aquelas relacionadas aos conhecimentos, signos e códigos (LEFEBVRE, 2006). Essa tipificação do espaço foi concebida pela PMV e expositores como local de trabalho e pela sociedade como o espaço de lazer, ou ainda, algo que relacionei ao não lugar de Augé (2012), um mero espaço de passagem. A propósito, ao preferir o termo “passante” ao invés de cliente ou frequentador a PMV procura reforçar a ideia da feira como um não lugar, estendendo essa concepção ao expositor ao conceber ali um local de trabalho temporário. Entretanto, foram as práticas desse espaço que mostraram que a feira é um lugar relacional, histórico e pessoal, não condizente ao não lugar do espaço concebido pelo poder público, mas sim o lugar do espaço praticado pelos sujeitos, expondo o quanto essas definições são fugazes e contextuais.

O espaço vivido por expositores e trabalhadores da feira se mostrou como um espaço fragmentado, repleto de queixas e incertezas. Esse é o espaço de representações, no qual os símbolos complexos atribuem forma e sentido à experimentação humana (LEFEBVRE, 2006). O lugar praticado pela relação

ambígua entre o sujeito e o mundo, em suas práticas do cotidiano (CERTEAU, 2014).

Esse espaço é percebido por expositores e passantes tanto como um espaço de amizade, cooperação, realização pessoal, como um espaço de liberdade e saudade. Dessa maneira, entendido como a dimensão material da vida social, interações e enlaces do cotidiano, uma continuidade aparentemente coesa, captada pelos sentidos humanos (LEFEBVRE, 2006). É nesse espaço que surgem as histórias contadas e compartilhadas em determinado lugar, ainda que carregadas de rupturas e descontinuidades no espaço social (AUGÉ, 2012).

É oportuno ressaltar que faço aqui uma mescla intencional entre praça e feira, expressa pelo que interpretei como uma interdependência entre os dois signos, convertendo-os em símbolos complexos que se relacionam e se confundem, numa praça que possibilita a existência da feira e uma feira que confere sentido e vida à praça. Assim, após esta explanação, apresento os resultados e revelações da feira.

5.1 A DINÂMICA DA FEIRA

Antes de trazer a categorização dos dados, senti a necessidade de explicar um pouco melhor a dinâmica que envolve a feira. Como já mencionado, aos finais de semana, logo pela manhã, já se vê a movimentação dos montadores na praça. Os expositores só começam a chegar após as 14h, e logo depois das 16h alguns deles já estão organizando seus produtos na banca.

Ao redor da praça, fixadas em alguns postes, é possível ver caixas de som, que são operadas pelo E13 que, além de fazer parte do comitê gestor, está também na gestão da associação. Ele costuma chegar após as 17h, contudo só coloca o som para funcionar após as 18h30, após ter organizado sua banca.

A feira tem, portanto, um sistema de som próprio, em que músicas diversas são reproduzidas e, como uma rádio convencional, também abre espaço para propaganda. Os comerciais expõem os diferentes produtos comercializados nas barracas. Junto ao anúncio, toca-se uma música, diferente para cada expositor, que busca fazer alusão ao tipo de produto vendido. Entre os comerciais, gêneros musicais diversos são tocados: *gospel*, *rock*, *pop*, *samba*, *pagode* e *sertanejo*. O que certas vezes também é motivo de conflitos, causado pela própria diversidade de gostos musicais dos expositores.

A iluminação da praça é reforçada pela iluminação das barracas, todas de responsabilidade e custos pagos pela PMV. Para os expositores, há caixas de distribuição de energia com tomadas, cobertas por uma tampa metálica, dispostas no chão, ao longo de toda a praça. Não são exclusivas de determinado expositor, cada caixa tem nove tomadas, o que as deixa perto de alguns, mas bem longe de outros. Depois da mudança de leiaute, algumas dessas caixas ficaram ainda mais longe das bancas, precisando que os expositores aumentassem o tamanho da extensão elétrica que usavam, demandando atravessar fios elétricos no chão, na passagem das pessoas. Este é outro ponto de reclamação, tanto entre os feirantes na disputa pela tomada mais acima dentro da caixa, quanto em relação à PMV por conta da distância entre as caixas e as barracas.

Apesar de funcionar tanto aos sábados como aos domingos, pude perceber movimentos bem distintos entre os dois dias, tanto para expositores, quanto para os passantes. Aos sábados, o movimento de arrumação e exposição dos produtos começa mais cedo, ou seja, as barracas são armadas antes pelos montadores e os próprios expositores chegam mais cedo. Com cuidado e capricho, cada um vai dispondo seu material sobre a banca; alguns aproveitam para trazer produtos novos e com tudo pronto é só esperar o cliente chegar.

Como cada expositor tem seu tempo de montagem e arrumação de sua banca, não há obrigatoriedade no horário, de tal forma que cada um segue o ritmo que acha conveniente para si. Percebi que a organização dos produtos na banca compõe-se de um ritual próprio de cada um; basta uma pequena interferência ou

distração para atrapalhar todo o trabalho, visto que tudo precisa estar do seu jeito, com a sua marca.

Diferentemente do sábado, o movimento de domingo é mais lento, levemente preguiçoso; as barracas ficam prontas mais tarde e são desmontadas mais cedo, como se o expositor quisesse chegar e já sair. Assim, é possível ver expositores ainda chegando para arrumar seu espaço de trabalho após as 17h30min e logo após as 21h já guardando seus produtos para ir embora.

O domingo demarca o último dia de trabalho para o expositor; todos com quem conversei dizem que a segunda-feira é o seu dia de descanso, o “seu próprio domingo”. Além de tudo, há expositores que já na sexta-feira estão trabalhando na Feira do Jardim da Penha, outra feira de artesanato da cidade que comporta um número menor de expositores, mais direcionada à venda de alimentos.

Os passantes, por sua vez, vão chegando devagar, muitos saindo das praias próximas à praça, outros chegando de carro ou ainda de transporte público. Percebo que os passantes não estão muito preocupados se a feira já está montada ou não, vão olhando e circulando entre as barracas que já estão prontas, certas vezes consumindo naquela que já está montada. Entretanto, notei que, aos sábados, eles costumam lotar mais a feira e ficar até depois das 22h, hora oficial de encerramento das atividades na praça. Já aos domingos, a circulação de pessoas diminui consideravelmente a partir das 21h30min.

Notei ainda que certas pessoas ficam por horas na feira, andando de um lado para o outro, sentam, comem um pouco e depois voltam a circular, como um movimento de *shopping*, mas a céu aberto, no qual os passantes sentem-se livres para tocar nos produtos, perguntar o preço, olhar e ir embora sem comprar. Concluo que a feira possibilita o acesso facilitado do público aos produtos, a ausência de portas e paredes dá maior liberdade ao trânsito de pessoas sem constrangimento ou a obrigação de consumir.

A proximidade do público com os produtores desperta também a curiosidade para outras figuras que se sobressaem nesse espaço. Assim, os artistas de rua são os

que chamam mais atenção: em volta deles sempre há uma roda de pessoas observando seu trabalho que se realiza ali, aos olhos dos transeuntes. Percebi que basta alguém parar para olhar algo que logo começa a juntar gente em volta.

Certa vez, a título de experimentação, provoquei a formação de uma aglomeração de pessoas em volta do E41, um artista de rua que pinta paisagens em azulejos, utilizando apenas os dedos como pincel. Ele havia acabado de chegar e ainda estava organizando seu material de trabalho, tintas, solvente, as “telas”, um pano que usa para limpar as mãos e um pequeno pedaço de esponja com o qual mistura as cores. Logo o artista começou a pintar e de um azulejo branco surgiu uma bela paisagem: um entardecer que destacava o poente e as nuances do sol se escondendo por detrás das montanhas. Quando ele terminou, puxei ainda uma salva de palmas e seu primeiro “quadro” do dia foi comprado por um senhor que estava parado ao meu lado. Minha percepção, de que bastaria alguém parar ao redor de um desses artistas de rua para despertar a curiosidade dos passantes, estava correta, isto porque, após a minha iniciativa, juntou-se em torno dele um grupo de aproximadamente 20 pessoas.

Em dias de tempo bom e temperatura agradável, a feira se torna uma grande festa a céu aberto com crianças correndo e brincando pela praça, os balões em formato de personagens infantis, pessoas andando sem pressa de um lado para o outro. Não importa se sábado ou domingo, é a partir das 20h que aumenta o fluxo de pessoas: as mesas ficam mais cheias e a circulação nas bancas de artesanato também cresce, indicando que o passeio noturno ocorre mais tarde.

Também é próximo a esse horário que os ambulantes não cadastrados surgem, gente vendendo toda sorte de objetos: flores, brinquedos, pão, bancos de madeira, objetos feitos com folhas de coqueiro, estão entre os itens que observei. Um dia, conversando com a E50, que tem a barraca bem de frente para o centro da praça, falou “isso aqui virou uma favela de artista”, referindo-se a essa “invasão” dos ambulantes e aspecto de desordem promovido pela ocupação deles de partes da praça (DIÁRIO DE CAMPO, 20/09/15). Em geral, a fiscalização feita pela PMV é realizada até as 19h30min, o que ajuda a explicar o surgimento

desses outros sujeitos e novas ofertas de produtos. O surgimento de outros sujeitos (vendedores) na praça representa as diferentes interações sociais e materiais, de acordo com Lefebvre (2006), consequência de uma produção ativa e social do espaço, ressignificando-o.

A feira de artesanato e artes da Praça dos Namorados é um espaço de interação social e de produção de sentido, bem como de sociabilidades conflituosas. Nesse sentido, o espaço deixa de ser objeto e passa a ser resposta da ação da subjetividade humana no mundo, ou seja, a ação do simbólico (CHANLAT, 1996). Essa ação do simbólico, revelada na intersubjetividade dos diferentes sujeitos da feira, abre caminho a múltiplas possibilidades de articulação nas práticas cotidianas de espaço da Praça dos Namorados, conforme será evidenciado nas próximas sessões.

Assim, após esta contextualização a respeito da dinâmica da feira, apresento as categorias encontradas. Ressalto, ainda, que os títulos utilizados para apresentar as categorias temáticas (subtítulos dos itens referentes aos espaços concebido, vivido e percebido) foram retirados das falas dos sujeitos desta pesquisa.

5.2 ESPAÇO CONCEBIDO

A Praça dos Namorados, a feira da Praça dos Namorados, ela começou com uma feira espontânea, na praça Getúlio Vargas, no centro de Vitória [...]. E aí da praça Getúlio Vargas também em um dado momento acabou que a feira deve ter crescido né, então ela foi transferida para a Praça dos Namorados. Então ela ficou na Praça dos Namorados alguns anos, depois que foi institucionalizada, pelo menos que foi abraçada pelo poder público no sentido de gestão, foi pra Praça dos Namorados [...] Então, é isso assim. Tecnicamente a gente entende como importância principal uma palavra que eu não gosto, mas um pouco de controle, controle mesmo dos espaços, não gosto mesmo dessa palavra né, mas ela é inevitável, que faz parte da organização. Porque a gente precisa ter minimamente, de forma inicial, um ordenamento das organizações e mobilizações que acontecem. Então a gente precisa a nível administrativo, ter uma linha de gestão que a gente precisa entender o que está acontecendo nesse espaço, porque está acontecendo nesse

espaço e como isso vai ser conduzido pra frente (entrevista sujeito V77, 02/04/15).

De acordo com o excerto acima – trecho da entrevista realizada com a antiga coordenadora do programa – a feira da Praça dos Namorados foi concebida pela PMV como uma maneira tanto de acomodar os trabalhadores informais que ocupavam outra praça no centro da cidade de Vitória, como também controlar o uso deste espaço público. De um lado, as pessoas que estão trabalhando para complementar ou gerar renda; de outro, os sujeitos da cidade que ganham mais uma opção de lazer. De outro, representa também um planejamento da cidade, combinando a pluralidade dos espaços vividos.

Essa adaptação do mundo físico, possibilitando a existência da feira, buscou suprir as necessidades dos sujeitos envolvidos, além dos já citados, o poder local como regulador das representações que se dão naquele meio urbano. Tal dinâmica demonstra a intencionalidade presente na concepção desse espaço, numa dimensão de prática sócio-espacial, que buscou moldar os espaços físico e socialmente construído (CARLOS, 2007; LEFEBVRE, 2006) da Praça dos Namorados.

Assim, o espaço concebido da feira coaduna-se com conceito do espaço intelectualmente elaborado ao qual se refere Lefebvre (2006), especificamente um espaço produzido socialmente – poder público, trabalhadores e população local – como lugar de trabalho e lazer. Um planejamento racional que procura atuar como organizador das atividades numa espécie de orientador espacial, ou seja, uma representação que busca definir pelo discurso os usos e apropriações do espaço (LEFEBVRE, 2006).

Entretanto, o expositor também concebe esse espaço como seu local de trabalho, ou ainda de oportunidade, mesmo que modesta, ambicionando ser dono do próprio negócio. Dessa maneira, elabora para si estratégias de uso e apropriação do seu espaço na organização denominada Feira de Artesanato e Artes da Praça dos Namorados. Já o passante tem sua própria concepção do mesmo espaço. Diferentes perspectivas que denotam a forma como os sujeitos atribuem variados

significados e representações aos usos do espaço, que ultrapassa a materialidade da cidade (FISCHER, 1997; IPIRANGA, 2010).

Dessa forma, associei vivências e situações que denotassem a intencionalidade dos usos do espaço, sem contudo excluir a própria dinâmica da vida social que transgride a ordem estabelecida, dando pistas da correlação entre os espaços da feira. Para tanto, dentro da categoria teórica “espaço concebido”, relacionei as categorias temáticas: “espaço de trabalho, complementação e geração de renda” com o título “muitas lojas e vitrines” e a categoria “espaço de lazer, brincadeira e alimentação” com o título “comida e diversão para todos”.

5.2.1 Muitas lojas e vitrines

A feira como espaço de trabalho, complementação e geração de renda, da maneira como foi concebido pela PMV, pode ser reforçada no relato de muitos expositores que contam histórias parecidas ao falar como foram parar ali. Entre elas, o desemprego num dado momento da vida, o desejo de recomeçar após um acidente limitante ou ainda o começo de uma nova vida num país estrangeiro. Em comum, a vontade de trabalhar e a necessidade de prover sustento para si e sua família.

Uma dessas histórias de vida é da E61, que buscou a feira como opção de trabalho ao perder o emprego, pois precisava sustentar sua filha de apenas três anos de idade. Trabalhava como contadora e, antes de abraçar um novo ramo de negócio, fez uma pesquisa sobre o que já era ofertado na feira e o que ela poderia comercializar de diferente. Foi então que teve a ideia de fazer objetos de decoração perfumados; decidiu ir para São Paulo aprender a fazer artesanato. Após o curso, tornou-se associada da Agência de Desenvolvimento das Micros e Pequenas Empresas e do Empreendedorismo do Espírito Santo (ADERES) como artesã. Só então que foi à PMV na tentativa de entrar no programa; contudo, ao

mostrar seus produtos, ouviu: “isso não é artesanato”. Foi aí que mostrou sua carteirinha de artesã. O representante da PMV não conhecia a tal carteirinha e, só após esse fato, o órgão passou a exigir que os expositores se associassem. E, assim, contam-se 16 anos de sua história na feira.

A carteirinha da ADERES legitimou a E61 como alguém elegível para trabalhar na feira, além de confirmar sua identidade como artesã, contrariando o representante da PMV que inicialmente lhe negou tal reconhecimento. Ademais, foi essa identidade que lhe conferiu não apenas uma oportunidade de trabalho, mas também, conforme defendido por Sennett (2013), a posição de confecção de produtos voltados para a qualidade, além da satisfação pessoal pelo trabalho feito pelas próprias mãos.

Há ainda histórias como a do E60, com quem tudo aconteceu por acaso. Enquanto eu montava sua barraca, ele me contou que certa vez precisou ir até a prefeitura pagar o IPTU de sua casa e lá percebeu uma movimentação de pessoas que estavam buscando a oportunidade de ingresso na feira. Ele, por sua vez, havia sofrido um acidente de trabalho que o deixou inválido ainda muito jovem. Com família e filhos para sustentar, a aposentadoria por invalidez não era suficiente, foi então que resolveu tentar também o trabalho na feira. Com orgulho, fala com precisão a data de seu primeiro dia de trabalho: “no dia 22/06/1990 comecei aqui e nunca mais parei” (E60, DIÁRIO DE CAMPO 18/07/15), há 25 anos na feira, desde o início como expositor de alimento.

Um dos primeiros expositores com quem conversei foi o E9, na feira há 27 anos. Com muito orgulho e certo saudosismo, contou-me, entre outras coisas, um pouco de sua história de vida e como foi parar na feira da Praça dos Namorados. Ele é um chileno que adotou o Brasil como sua pátria. Em seu país, era representante político, mas precisou fugir por causa do golpe militar de Pinochet, deixando para trás sua esposa e cinco filhos. Asilado político, morou em São Paulo, mas foi em Vitória que encontrou a chance de um recomeço. Ao chegar aqui, além das dificuldades da língua, não tinha trabalho. Decidiu então ir até a PMV e disse que precisava trabalhar, lá soube da feira e aceitou a proposta de

trabalho. Abandonou sua carreira de engenheiro civil e tornou-se artesão, mas com o passar dos anos acabou migrando para a fuleragem. A mudança no tipo de produto comercializado aconteceu também com outros expositores e será abordada na categoria de espaço vivido.

Essas são apenas algumas histórias que ilustram a busca de trabalho desses expositores, que acabaram encontrando na feira um meio de ganhar dinheiro e um espaço para trabalhar. Ou, como muitos gostam de dizer: de mostrar o seu trabalho. Cerca de 70% dos expositores que foram sujeitos desta pesquisa têm a feira como única fonte de renda; já para os outros, esta serve como uma complementação de salário ou aposentadoria. O sentido de lugar de trabalho conferido à feira remete aos significados e apropriações descritos por Fischer (1994), nas quais os sujeitos tomam para si o espaço da feira, ressignificando a própria praça.

A feira simboliza para esses trabalhadores o recomeço, a oportunidade de trabalho e de oferecer aos seus uma forma de sustento. Contudo, conforme defendido por Sousa (2000), não representa apenas um meio de conseguir ganhos financeiros, mas a possibilidade deste ser resultado de um trabalho prazeroso, praticado na relação direta entre produtor e consumidor final sem o intermédio de atravessadores. Em relação à feira, ser dono do seu próprio negócio: planejar, produzir e vender, ter sua loja e administrá-la à sua maneira.

Constatei, ainda, que não se trata apenas de questões financeiras. De acordo com os pesquisados, estar na feira envolve significações como explorar seu próprio potencial, investindo naquilo que se sabe fazer, oferecer a si a oportunidade de trabalhar de maneira independente, no seu próprio ritmo e naquilo que se sabe e gosta de fazer – que remete à categoria de espaço de realização pessoal, que será explorada adiante.

Entretanto, isso não significa dizer que a opção pela feira como meio de vida não implique trabalho árduo, como os exemplos dos E71 e E39, que relatam trabalhar mais de 14 horas por dia confeccionando os produtos que comercializam na feira

aos finais de semana. Para os expositores, o espaço que ocupam na praça é sua loja e a barraca, sua vitrine. Por isso mesmo, cada um tem seu jeito de “arrumar a vitrine”; alguns expositores só permitiram que eu os ajudasse nessa organização seguindo exatamente suas instruções, enquanto outros ainda preferiam que eu só acompanhasse, sem interferir em seu ritual. Um rito de montar e desmontar a loja a cada dia de trabalho, realizado com muito cuidado com o objetivo “encher os olhos” dos passantes.

O decreto que regulamenta o trabalho na feira prevê um mês de férias aos expositores, contudo muitos afirmaram nunca ter se ausentado da feira por muitos dias. Como a E50, que certa vez me disse “o segredo é não deixar de vir, como se fosse uma loja, se não abrir você não vende” (DIÁRIO DE CAMPO, 27/06/15), ao falar sobre suas estratégias de vendas. É interessante destacar que o entendimento da barraca como loja por parte dos expositores mostra-se um contraponto à feira como um trabalho temporário conforme o pensamento da PMV, – citado no item 4.2.4 na apresentação da feira da PMV – sinalizando concepções diferentes do espaço (resgatarei essa discussão oportunamente).

Certa vez, conversando com a E6, esta me contou que, no mês de fevereiro deste ano, as vendas estavam muito ruins; chegava o fim do mês e ela não tinha feito uma venda sequer. Com as contas vencendo, precisava pagar além das despesas da casa, seus fornecedores de material; desanimada, pensou em não trabalhar no último domingo do mês, mas, por fim, decidiu ir. Com um sorriso no rosto, disse: “foi a minha melhor venda este ano, se não tivesse vindo não teria vendido” (DIÁRIO DE CAMPO, 09/08/15).

O produto que oferece, apesar de ser feito por ela, não é exclusivo; existem mais duas barracas que fazem um trabalho muito parecido com o seu, diferente no detalhe, mas semelhante em funcionalidade. Daí a importância de estar com “a loja aberta”, já que o produto disponível na vitrine permite que a pessoa interessada toque, pergunte, sinta para então decidir qual produto levar sem o intermédio de distribuidores ou representantes. Do ponto de vista econômico, trata-se do contato primário entre vendedores e compradores a que se referem

Ferretti (2000) e Mott (2000), ao discutir o poder de barganha entre fregueses e produtores.

Ao contrário da E6, o E63 trabalha com um produto exclusivo e diferenciado. Seu público-alvo são as crianças, entretanto a compra é efetivada pelos adultos que as acompanham. Ele trabalha na feira há 28 anos, veio de São Paulo, após ter trabalhado muito tempo no setor automotivo. Para ele, estar ali é um bom canal de divulgação do seu trabalho, mas, ao mesmo tempo, algo extremamente cansativo, pois prefere produzir e não gosta de vender.

Assim, o contato com o público é algo que tira o E63 do sério, principalmente as crianças que brincam com seus produtos, desarrumam sua banca e não compram nada. Apesar de ter ciência da importância de sua atuação como vendedor, considera que seu problema hoje é produzir e não vender, pois não tem tempo para fazer tudo que é preciso, uma vez que tem um bom volume de vendas. Para esse expositor a ambiguidade reside entre o prazer do trabalho concebido pelo cérebro, realizado pelas mãos e a necessidade de escoar sua produção vendendo ele mesmo seus produtos.

Sennett (2013, p.19) descreve o artesão alguém dotado de uma “capacidade de fazer bem as coisas”, dotado de uma motivação que os possibilita reparar e improvisar, ou seja, desbravar detectando e solucionando problemas, um caráter prático, ao qual o autor chamou de inquieto. Essas características que o auxiliam a superar os obstáculos também proporcionam ao artesão o orgulho pelo resultado de seu trabalho. Assim, a vivência sempre ambígua do artesão que precisa estabelecer preço e vender seu trabalho e, muitas vezes, ouvir uma negativa ou uma “pechincha”, podem gerar frustrações, pois simbolizam muitas vezes, para ele, o desprestígio e desvalorização de seu comprometimento, de seu trabalho.

Esse espaço de trabalho, complementação e geração de renda, representação exposta aqui sob o título “muitas lojas e vitrines”, foi concebida pela PMV, numa organização estratégica de compartilhamento do trabalho e do lazer, alterada

constantemente pelas táticas expressas nas maneiras de fazer de seus sujeitos. Certeau (2014) aponta para uma estratégia que cria lugares abstratos capazes de produzir, mapear, impor; enquanto às táticas não resta outra opção a não ser utilizar, manipular e alterar esses lugares, pois, nas palavras do autor, “a tática não tem por lugar senão o do outro” (CERTEAU, 2014, p. 94).

Dessa forma, o que se vê é uma relação de forças na qual estratégia e tática se articulam no detalhamento da vida cotidiana da feira. Um equilíbrio simbólico que reafirma a apropriação do espaço urbano pela ação humana nas diferentes paisagens (SANTOS, 2006), que viabiliza compreensões entre a realidade material e as relações sociais, além de evidenciar contradições nos movimentos e práticas sociais (CARLOS, 2007).

Ao perguntar a alguns passantes o motivo pelo qual visitam a feira, muitos disseram ir por conta de sua beleza, das “coisas” bonitas que podem ver ali, novidades e diversidade de mercadorias. Assim, entraremos na próxima categoria de análise, a feira como espaço de lazer, brincadeira e alimentação.

5.2.2 Comida e diversão para todos

A feira como espaço de lazer, opção de consumo de alimentos, brincadeira para as crianças é o espaço destinado ao passante, muitas vezes alheio aos conflitos e apropriações descritos no item anterior. Concebido pela PMV e expositores dessa forma, mas apropriado pelo passante que fazem uso ali do seu “direito à cidade”. Não que este seja o único sujeito que percebe a feira dessa forma, mas foi a única categoria em que, ao analisar, notei sua maciça presença. Um espaço concebido também pelo passante, morador ou visitante da cidade como um espaço de lazer, um espaço público no qual a vida urbana pode ser manifestada.

Há neste espaço a apropriação pelos passantes do espaço urbano, que oferecem um lazer livre da obrigação de consumo, sem aparente distinção de classe social

ou poder de compra e tradicionalmente popular. Um casamento entre o concebido e o vivido, na perspectiva do passante, que confere sentido e finalidade à materialidade urbana da Praça dos Namorados. A cidade para além do seu quadro físico, que reafirma as práticas sócio-espaciais que a molda e, de certa forma, a constrói (CARLOS, 2007).

Em minhas observações, passei a notar que, todos os sábados, um casal de meia idade passeava pela feira sem pressa, empurrando a cadeira de rodas de uma idosa. Foi a regularidade da presença daquelas pessoas que me chamou atenção de tal forma que resolvi abordá-los. Identifiquei-me como pesquisadora e comecei a conversar, fazendo algumas perguntas. Trago aqui um pouco da história deles.

P57 há 30 anos é morador do bairro Praia do Canto, onde fica a Praça dos Namorados. Todos os sábados, ele e a irmã levam sua mãe, que é cadeirante, para passear na feira, para eles a feira é uma opção de lazer, seguro e agradável. Contou-me que tem muitos objetos em sua casa que foram comprados ali mesmo e que sempre acaba comprando uma ou outra coisa que acha interessante ou diferente, disse isso mostrando um colar que havia acabado de comprar para a mãe. Ele frequenta a feira há quase 30 anos, e relembra que há cerca de 20-25 anos, a feira era uma das poucas opções de lazer na região, mas que naquela época também se encontrava muito mais artesanato que atualmente.

Naquele tempo, sempre encontrava os amigos, tanto do trabalho como pessoas que moram próximas a ele circulando pela feira, mas afirma que hoje já não os encontra mais. Para ele, a feira deixou de ser um atrativo para quem mora na região, pela própria mudança da característica de produtos que são oferecidos hoje. Essa percepção dele em relação à mudança de público, que se relacionaria com uma suposta oposição entre artesanato e não artesanato, fez-me pensar na categoria de conflito, que será abordada posteriormente.

Ao mesmo tempo em que um morador percebe a mudança e a popularização da feira – fruto da mudança de estratégia dos próprios expositores – numa praça pertencente a um espaço nobre da cidade (conforme citado anteriormente), ele

não deixou de frequentá-la. Uma clara apropriação do espaço urbano que também é seu, que para ele não é neutro e ainda carrega consigo valores atribuídos por esse sujeito (FISCHER, 1994). Valores estes, que constroem uma história particular e ao mesmo tempo coletiva do espaço urbano (CARLOS, 2007).

Num sábado chuvoso e com poucos expositores trabalhando, chamou-me a atenção um grupo de amigos, todos com sotaque paulista, conversando com o pintor, no centro da praça. Aproximei-me, primeiro para ouvir a conversa e em seguida comecei a conversar com o P79. Em Vitória a trabalho, ele e os amigos vieram para um treinamento patrocinado pela empresa. Não era a primeira vez que vinham aqui, já haviam estado na cidade outras vezes e conheciam a feira. Contudo, sempre que estão na cidade não deixam de visitá-la, mesmo com o tempo ruim. Um dos membros do grupo contou-me que a localização, a beleza da praça e seu entorno é o que mais lhe chama atenção, além da diversidade dos produtos da feira. Aproveitaram ainda para fazer um lanche no instante em que a chuva chegou, o que não pareceu incomodar o grupo de amigos.

Rica em diversidade, de produtos e sujeitos, como percebida pelos turistas com quem conversei, a feira chama atenção. Contudo, a própria paisagem se destaca, gerando interesse e curiosidade aos passantes, num lugar onde o econômico e o social se entrelaçam as vidas de seus sujeitos (SATO, 2007). Essa atração dá pistas aos visitantes sobre a produção local, o artesanato, além do modo de vida e manifestações culturais da população da cidade conforme demonstrado por Ferretti (2000), Filgueiras (2006) e Mott (2000) em seus estudos em outras feiras brasileiras.

Num outro dia de observação, notei uma moça acompanhada de uma amiga e uma criança descendo do ônibus em frente à feira. Percebi que elas se dirigiram diretamente às barracas de alimento, escolheram seus pratos e se sentaram para fazer sua refeição. Passados cerca de 30-40 minutos, vi que elas ainda estavam no mesmo lugar, sentadas conversando, e foi então que resolvi abordá-las. A P74 contou que é moradora da região Metropolitana de Vitória e procura ir à feira pelo menos a cada dois meses, pois gosta da comida farta e do preço acessível. Disse

que geralmente não têm a intenção de comprar outros produtos, mas que quando circula entre as barracas de artesanato acaba sempre comprando algo a mais. Entretanto, o que gosta mesmo de fazer é sentar-se, lanchar e ficar ali conversando, sem se preocupar com o horário, pois para ela estar na feira é um bom passeio para o domingo.

Apesar de morar relativamente longe da feira – região metropolitana – a distância e a dependência do transporte público não impossibilitam aos sujeitos o direito à cidade. Esse direito posiciona o sujeito entre a apropriação e a dominação do espaço. O uso e a apropriação dos lugares da cidade se dão, uma vez que essas pessoas se identificam o espaço da feira, de forma que esta surge então como uma construção social, que dá sentido à prática sócio-espacial (CARLOS, 2007). Relacionei essa apropriação da praça ao não lugar de Augé (20012), que cria uma relação provisória com aqueles sujeitos que num dado momento estão compartilhando o espaço concreto da Praça dos Namorados, transformando-o num espaço social de lazer. Contudo, em meu entendimento, o não lugar “praça” torna-se o lugar “feira” aos passantes que decidem fazer uso desse espaço em seu momento de lazer.

Certa vez, um trabalhador da barraca da E21 havia faltado e acabei substituindo-o. Meu trabalho naquele dia era basicamente limpar as mesas, tirando os restos de comida, limpar as bandejas e esvaziar os cestos de lixo quando estivessem cheios. Apesar da simplicidade do serviço, foi uma noite bastante corrida, pois além do que estava combinado, alguns fregueses pediam que eu fosse até a banca pegar mais bebida, ou buscar alguma outra coisa para eles. Eles me davam dinheiro, em algumas vezes notas de maior valor (R\$ 50,00 para pagar algo que custava R\$ 5,00), confiando que além do produto eu lhes traria também seu troco.

Credito a confiança dessas pessoas ao fato de eu vestir uma camiseta e uma touca no cabelo que me identificavam como trabalhadora daquele local, uma espécie de garçonne da barraca. O uniforme era então o símbolo que me identificava como parte aquela organização, uma representação simbólica

compartilhada que conferia legitimidade (MORGAN; FROST; PONDY, 1983), passando uma imagem de confiança àqueles sujeitos.

Notei, ainda, que a E21 gosta que todos que trabalham com ela repitam o *slogan* que identifica sua banca: “boa noite, pode chegar, a melhor porção da praça, capricho e qualidade”. Quando algum de seus ajudantes não fala o *slogan*, ela mesma fica repetindo-o com sua voz rouca e baixa, até que se retome o anúncio, só então ela para.

O ato de ficar o tempo todo chamando a atenção das pessoas que passam, significa tomar para si um espaço que aparentemente não lhe pertence, aquele que seria o espaço de decisão dos passantes, chamando para si a atenção dos possíveis fregueses e irritando a concorrência (situação que será retomada em outra categoria adiante). Tal qual um símbolo complexo, a repetição durante toda a noite da propaganda de sua barraca faz sentido, pois representa a lembrança sobre seu produto, distinguindo-o dos demais e destacando suas qualidades, diferenciando-os dos outros oferecidos por outras organizações (CHANLAT, 1996; FISCHER, 2007).

A correria era realmente muito grande na referida noite, não tinha como ficar parada. Apesar de muito trabalho, foi inevitável o sentimento de desperdício que tomou conta de mim. Desde criança aprendi que não devemos jogar comida fora, principalmente num mundo no qual ainda vemos pessoas morrendo de fome, contudo isso era o que eu mais fazia: jogava comida no lixo, muita comida. Coincidiu, nesse mesmo dia, da E21 ter contratado um rapaz para “afugentar os meninos”, tentando evitar que eles abordassem as pessoas que estavam nas mesas consumindo.

Foi então que percebi uma espécie de negociação por parte dos ajudantes da barraca e os meninos: “não incomoda o cliente que eu te dou comida e refrigerante”. Eles fechavam as embalagens nas quais o alimento era servido e davam àqueles que passavam pedindo, desde que eles, os que pediam, ficassem atrás da banca, ou ainda à margem da feira. Foi então que passei a fazer o

mesmo, para ver se conseguia aliviar, ao menos um pouco, aquela sensação ruim em meio a tanto desperdício de alimento.

Novamente aqui é possível perceber a transgressão da estratégia pela tática, o concebido modificado pelo vivido (CERTEAU, 2014). Os expositores, ao lidarem com as estratégias concebidas pela PMV, usam suas táticas, para subverter a manipulação dos usos desse espaço nas práticas do cotidiano. Ou seja, se a PMV e a guarda municipal dizem que nada podem fazer em relação aos meninos que os incomodam, portanto os expositores criam seus próprios modos de lidar com a situação. Frente aos meninos, em certa assimetria de poder que pende para o lado do expositor, este cria estratégias – como o funcionário para afugentar os meninos – que também são subvertidas pelos meninos ao abordarem os clientes. Os meninos, portanto, lançam mão de suas próprias táticas para subverter essas estratégias, o que muitas vezes dá resultado, mostrando que a feira é comida e diversão para eles também.

Essa relação situacional entre estratégia e tática depende da posição de poder em que se encontram os sujeitos. Afinal, é na interseção entre essas estratégias e táticas que o espaço é apropriado por todos. Assim, esse lugar praticado é orientado circunstancialmente, variando entre condições conflituosas e proximidades contratuais, em um movimento que não apresenta unidade nem estabilidade, mas sim a condição de possibilidade de produção do espaço feira. Nesse sentido, frequentar a praça é ocupar parte da cidade que lhe pertence, usufruir de um lazer democrático, o qual se pode fazer “quase tudo”. Uma lógica que permite tomar para si o lugar, numa interação das pessoas com a cidade (FISCHER, 1994).

Do mesmo modo, as crianças também fazem uso desse espaço, brincando, correndo descalças de um lado para outro da praça. Os filhos dos muitos trabalhadores da feira se misturam aos filhos dos passantes sem nenhum tipo de distinção. O que prevalece é o que se tem em comum: o desejo de se divertir, de aproveitar a tarde e a noite, em mais um dia de feira, na praça que é de todos, ao menos para essas crianças, que nem tomam conhecimento das disputas e

contradições vividas nesse espaço. Assim, recorro a Certeau (2014) quando ele declara que a infância, em suas práticas de espaço, recria na cidade planejada uma cidade metafórica, que não se importa com as regras da materialidade do espaço ao desafiar o estabelecido em suas maneiras de fazer, nos usos dos espaços.

A praça em si não é “dada” ou ofertada a todos, uma vez que há uma constante disputa por ela. Ela se constrói como um espaço que pode ser de e para todos, mas não uniformemente, apresentando-se, em alguns momentos, mais de uns que de outros, resultado do entrecruzamento de diferentes vivências do espaço. São essas contradições que direcionam o olhar ao espaço vivido da feira da Praça dos Namorados, que se mostra fragmentado e ambíguo, cheio de reclamações e incertezas.

5.3 ESPAÇO VIVIDO

O espaço vivido é o lugar da experimentação da vida humana (LEFEBVRE, 2006), por esse motivo não consegue ser estável, perene, não está preso ao tempo ou espaço. Ao contrário, devido à interação do sujeito com o mundo, em sua existência espacial, afloram ambiguidades, contradições e conflitos em seu cotidiano (CERTEAU, 2014).

Personificada no movimento e na ação de seus sujeitos, a feira é palco de inúmeras disputas, ora pelo espaço físico, ora pelo espaço de preferência dos passantes. Ambiguidades, conflitos, incertezas cercam expositores, meninos e poder local em disputas que ocorrem tanto entre estes grupos, como entre os próprios sujeitos.

Assim é o espaço vivido da feira da Praça dos Namorados, um espaço que, ao ser praticado, assume papel de desorganizador do espaço concebido ou ainda da lógica estabelecida, que encontra na tática a transgressão da estratégia, na

vivência cotidiana, do espaço prescrito (CERTEAU, 2014). Um espaço social, permeado pela produção e reprodução de representações simbólicas, dissimuladas que procuram se esconder detrás de codificações acessíveis apenas aqueles sujeitos (LEFEBVRE, 2006).

Da mesma forma que em outros tipos de organização, os conflitos estão presentes no cotidiano da feira. Em certas situações, de maneira explícita – principalmente em questões como o descontentamento com a atuação da PMV ou a interferência dos meninos – e, em outras, de maneira velada – sobretudo quando relacionada às decisões que envolvem a associação e o comitê gestor ou à atuação de concorrentes, mesmo que distantes fisicamente, ou ainda a um vizinho de barraca. Um espaço praticado pelos usos, apropriações de seus sujeitos, trajetórias, percursos e delinquências (CERTEAU, 2014) ou um não lugar, espaço de modernidade repleto de imagens, informações e individualismo (AUGÉ, 2012).

Portanto, procurei trazer na categoria teórica “espaço vivido” observações que corroborem com tais representações do espaço, evidenciando suas ambiguidades. Associei então as categorias temáticas: “espaço de fragmentação, conflito e disputa” ao título “Praça dos Namorados não é *shopping* não” e a categoria “espaço de incerteza e reclamação” com o título “tudo é para o melhor no pior dos mundos”. Escolhi esses títulos por considerá-los trechos emblemáticos das falas de meus interlocutores.

5.3.1 “Praça dos Namorados não é *shopping* não”

Com o passar dos dias de trabalho na feira – pois foi dessa forma que considerei todo o período em que participei ativamente da vida e atividades daqueles sujeitos – conheci muitas pessoas interessantes, entre elas o E16, um artesão que estava prestes a se aposentar após ter trabalhado na feira por mais de 25

anos. Durante os últimos dois meses de trabalho, deixou de produzir para tentar vender o máximo dos produtos que ainda tinha, fazendo promoções para quem comprasse o que ainda tinha em pequenos estoques. Apesar de saber que ele estava para sair, só notei sua ausência quando cheguei para mais um dia de observações e vi que outro expositor ocupava o seu lugar.

Quando me dei conta da mudança, fui rapidamente conversar com o E31 para saber o que tinha acontecido. Ainda bastante nervoso com o ocorrido, disse que teve um desentendimento com a E50, sua vizinha de banca – lateral direita – nos últimos seis anos. Lembrei-me que a PMV controla o espaço ocupado por cada barraca, mantendo um mapa com a localização de cada uma. Assim, para que alguém possa sair de uma posição no leiaute para outra, é necessário um pedido formal, que será avaliado, podendo ser aprovado ou rejeitado por esse órgão.

O E31 ocupava a posição anterior na praça há 15 anos e, mesmo com a mudança de leiaute ocorrida em setembro de 2014, seu lugar permaneceu inalterado. Bem no centro da praça, de frente para a área de alimentação da ala sul. Já a E50, tem sua banca exatamente no corredor que liga o espaço de alimentação da ala sul ao da ala norte. Segundo o que ele me contou, havia pedido para que ela (E50) se deslocasse uns dez centímetros para sua direita, invadindo um pouco o corredor da área central da feira, pois se sentia apertado para circular em volta de sua banca.

Como cadeirante que é, o expositor precisa de espaço físico suficiente para movimentar-se com a cadeira de rodas ao redor de sua barraca durante o atendimento aos fregueses. Para sua surpresa, a E50 se recusou, dizendo que, se mexesse na posição de sua banca, não haveria espaço suficiente para que seus fregueses admirassem sua arte confortavelmente. Para não discutir, ele preferiu encaminhar o pedido de mudança de lugar para a PMV, que o aprovou na mesma semana. Ainda alterado disse esbravejando: “Praça dos Namorados não é shopping não, não vai ter tanta gente assim para ver a arte dela não!” (DIÁRIO DE CAMPO, 26/07/15).

A atitude da expositora (E50) demonstrou apego àquele espaço que considera seu. Em sua trajetória pessoal, para além do “pedaço de chão compartilhado”, foi um grande desafio sair do “pano” – termo já explicado anteriormente – após 21 anos trabalhando na feira como visitante e conquistar o direito de expor sua arte numa barraca, como tantos outros expositores. Nesse caso, o espaço simbólico por trás da materialidade do espaço físico extrapola a lógica objetiva, uma vez que permeia a identidade relacional e histórica do sujeito (AUGÉ, 2012).

Ademais, o arranjo da feira, assim como em outras organizações, trabalha de maneira a expor relações de poder, estabelecidas nos espaços simbólicos de disputa, de forma que o que está em jogo é, também, o espaço físico (FISCHER, 1994). Ficar no caminho do público é interessante, contudo a valorização simbólica do espaço físico ocorre em razão do espaço socialmente produzido, um espaço abstrato (LEFEBVRE, 2006) que não pode ser compreendido de maneira objetiva, tampouco por sua utilidade ou funcionalidade. Assim, ao analisar de forma isolada essa situação, não é possível entender a atitude dos envolvidos, sendo necessária a compreensão do contexto desses sujeitos.

Há ainda questões implícitas no dito do E31 que, de certa forma, desmerecem os produtos da E50, ainda que de forma sutil, ao referir-se à “arte dela”. A relação de vizinhança e suposta amizade construída por eles ao longo dos anos trabalhando lado a lado, não foi suficiente para evitar a competição e o desconforto causado por um pedido, aparentemente simples, que foi negado. Desse modo, o entendimento desse movimento perpassa a subjetividade e a representação da realidade construída e compartilhada por esses sujeitos, que interagem simbolicamente entre si (BERGER; LUCKMANN, 1976).

Outra questão interessante que aparece no discurso do expositor envolvido no conflito foi a distinção que ele constrói da feira em relação ao *shopping center*, ressaltando a desigualdade entre as duas realidades, na qual a primeira tende ao comércio mais popular, marcado pela relação da cidade com sua diversidade cultural e social (MOTT, 2000; SATO, 2007). A segunda, em contrapartida, carrega consigo a noção do consumo em massa, tanto de bens quanto de

serviços. Dizer que “Praça dos Namorados não é *shopping*”, no meu entendimento, foi o mesmo que declarar que não haveria público suficientemente grande ao redor de uma barraca, que a impedisse de ser deslocada fisicamente, a ponto de afetar o bem-estar dos possíveis clientes.

Por trás de contendas como essa, está também a insatisfação dos expositores que se consideram artesãos – caso da E50 – com aqueles que trabalham com “fuleragem”, como o E31 e vice-versa quando o E31 se referiu à arte da E50 de forma jocosa. Tal aspecto mostrou-se imiscuído em diversas situações de conflito entre expositores. Passado algum tempo ao lado daqueles sujeitos, ora ajudando um, ora outro, as conversas eram inevitáveis, por vezes o assunto era a família e histórias de vida, em outras a insatisfação com o próprio trabalho. Questões financeiras e principalmente o quadro da economia nacional preocupam aqueles trabalhadores que se mantêm de seu trabalho na feira, dependendo, principalmente, de efetuar bom volume de vendas.

Nesse contexto, emerge a disputa entre os artesãos que consideram que estão perdendo espaço para os vendedores de fuleragem. Os expositores, independentemente de sua classificação, são unânimes ao reconhecer que “a feira antes era bem diferente”, atestando a mudança ocorrida ao longo dos anos, que trouxe os produtos chineses para a praça. Foi então que me lembrei de Pinheiro-Machado (2009, p.316) que é categórica ao afirmar “tudo o que rodeia o nosso universo é *made in China*”.

A explicação, segundo a autora, vem da tradição chinesa no comércio de cópias e bugigangas, que suprem o desejo chinês de possuir bens estrangeiros. Além disso, o próprio sistema de produção e comércio do país encontra-se no limiar da formalidade/legalidade e informalidade/ilegalidade, ou seja, um estatuto de mercado que opta pelas cópias como alternativa na diminuição das importações. Provenientes de uma produção altamente intensificada, esses produtos chegam a todas as partes do mundo, inclusive ao Brasil. Com preços baixos, permitem a formação de cadeias de distribuição e revenda, com possibilidade de ganhos para todos os envolvidos (PINHEIRO-MACHADO, 2009).

Na Praça dos Namorados não é diferente; alguns expositores que no início trabalhavam apenas com artesanato foram aos poucos migrando para a fuleragem. Alguns se justificam dizendo que a saúde (a falta dela) os impede de continuar fazendo o artesanato que faziam antes; outros, como o E43, E85 e E91, declaram que sai mais barato comprar e revender, principalmente porque conseguem obter maior lucro na quantidade vendida; há ainda aqueles que negam que seus produtos sejam fuleragem, ainda que seja óbvia essa constatação. Uma realidade complexa que expõe várias forças atuando, de um lado a pressão por vender produtos massificados, praticamente descartáveis e de preço baixo, de outro o desejo de vender produtos exclusivos e artesanais.

Após machucar minha perna – fato mencionado quando relatei minha inserção em campo – acabei passando bastante tempo com outro expositor, o E85, construindo também laços de amizade entre nós. A confiança mútua possibilitou-me acesso a informações privilegiadas sobre seus ganhos, margem de lucro e organização de trabalho, além de fazer dele um informante-chave para esta pesquisa.

Na feira, sua barraca tem como vizinho – lateral esquerda – o E34, que junto a E95, lideravam um movimento que buscava separar fisicamente artesanato da fuleragem, ocupando uma parte da praça que atualmente não abriga barracas. Percebi a movimentação, em reuniões paralelas, que aconteciam durante a feira, na qual se discutia quem seriam os “artesãos genuínos”, qual a estratégia adotada para chamar a atenção do passante e a possibilidade de ter um dia exclusivo para venda de artesanato. Esse grupo era, inicialmente, composto por 16 expositores.

Na função de reguladora, a PMV tinha ciência dessa organização, contudo esperava que o grupo fosse capaz de planejar e executar a mudança, cabendo ao órgão apenas a legitimação do movimento. Entretanto, até o ponto em que estive em campo, a mudança não ocorreu, perdendo força e parceiros importantes, em parte pela incerteza em termos da aceitação dos passantes, além do próprio

receio da mudança, restando apenas quatro expositores que ainda persistiam na ideia de separação.

Essa cisão no movimento, a meu ver, se deu em parte pela divergência de opiniões sobre quem na feira representava ou não o artesanato. Cheguei a perguntar a um dos líderes do movimento sobre alguns expositores específicos, se o trabalho deles poderia ou não ser considerado como artesanato, entretanto não ouvi uma resposta simples e sim uma argumentação que não me pareceu fazer sentido. A falta de conhecimento do trabalho de outros que não sabiam da proposta de reagrupamento e a falta de definição, entre o próprio grupo, sobre o que consideravam artesanato – não em algum conceito abrangente, mas que fizesse sentido àquelas pessoas. Claramente o signo “artesanato” não havia se tornado um símbolo compartilhado que permitisse a articulação daqueles sujeitos, enfraquecendo assim o próprio movimento de objetivava reconhecer o “verdadeiro artesanato capixaba”.

A disputa pela legitimidade e reconhecimento do “artesanato verdadeiro” busca combater a resistência ao invés de trabalhar com ela – artesanato em comparação a fuleragem. Sennett (2013) esclarece que essa resistência gera frustração, que não trabalhada se transforma em raiva. A solução repousaria em reconfigurar o problema, ou seja, tornar-se flexível em relação ao próprio trabalho. Em termos práticos, oferecer aos passantes peças diferenciadas, exclusivas, que se sobressaíam àquelas oferecidas pela fuleragem.

Todavia, o descontentamento com a mistura na feira, artesanato e fuleragem, continuou existindo. Para além das questões financeiras, o fato de que a fuleragem tem um giro maior que o artesanato – pude constatar isso na prática ao trabalhar em ambos os tipos de barracas – há a noção de desrespeito e desvalorização do trabalho feito por mãos capacitadas, mentes criativas e a correta aplicação de procedimentos e ferramentas. O trabalho do artesão emprega as dimensões de habilidade, empenho e avaliação de maneira peculiar, realçando a profunda relação entre a mão e a cabeça, a ideia e a prática (SENNETT, 2013). O artesão, ao apresentar o seu produto ao passante,

implicitamente, está apresentando um pouco de si, algo que o representa (MAUSS, 2003), seu trabalho ou ainda a sua arte, com preferem alguns.

Não obstante, outro ponto de conflito, este unindo artesãos e vendedores de fuleragem, era a predominância dos quituteiros na preferência do passante. O entendimento geral é que as pessoas vão à feira para comer e acabam comprando alguma outra coisa. Tive a mesma percepção, ao ver que, mesmo em dias de poucas vendas, as áreas de alimentação estavam sempre lotadas. Muitos expositores acreditam que, caso não houvesse mesas, cadeiras e bancos para o passante sentar, ele compraria seu alimento e circularia mais entre as outras barracas. Já outros acham que, ao passear pela praça com a comida na mão, o passante pode sujar os produtos que estão em exposição.

Entretanto, essa é a menor das disputas que cercam os vendedores de alimentos, pois há conflitos advindos da própria concorrência entre eles, como o caso citado no item 5.2.2 – que envolveu a mim, enquanto trabalhava para a E21 – ou aqueles apresentados no item 4.2 – ocorridos após a mudança de leiaute da feira em setembro de 2014. A competição no espaço de preferência do passante se dá ao tentar copiar os produtos que já são oferecidos por outro expositor, ao gritar em frente a sua barraca, ou seja, ao tentar ser igual – primeira situação – deixando que o freguês decida por sua própria conveniência o que mais lhe agrada. Ou, como no segundo caso, ao buscar se diferenciar.

Em ambas as situações, há hostilidade entre eles, que algumas vezes se camuflam na “política de boa vizinhança” adotada no cotidiano da feira em relações que oscilam entre cooperação e competição, um fluxo de ações e significações em constante variação. Essa incessante busca por delimitações simbólicas, ou fronteiras espaciais, que está presente na feira, faz parte da necessidade humana de organização do mundo. Barreiras simbólicas que transformam o mundo num lugar de sentido único e socialmente construído (AUGÉ, 2010, 2012; CERTEAU 2014).

Os conflitos na feira se mostram situacionais e fragmentados, que se sucedem e mudam num caleidoscópio que combina diferentes contextos, num arranjo diferente para cada situação. Segundo Lefebvre (2006), a dimensão humana da vida cotidiana, um espaço ativo que é produzido e reproduzido incessantemente pelos sujeitos. Nessa dinâmica mutável da feira, emergem incertezas e reclamações, apresentadas no próximo item.

5.3.2 “Tudo é para o melhor no pior dos mundos”

O título desta sessão foi retirado da fala da E95, uma das líderes do movimento que buscava separar o artesanato da fuleragem. Certa vez, conversando sobre as questões da feira em geral ela disse “tudo é para o melhor no pior dos mundos” (DIÁRIO DE CAMPO, 15/08/2015), ao se referir sobre o “não feito” na feira. Deixe-me explicar melhor.

Por já ter vivido mais de 20 anos trabalhando na praça, a E95 sentia-se muito à vontade para contar histórias e dar sua opinião a respeito do trabalho de todos, incluíam-se aqui quituteiros, artesãos, PMV, comitê gestor e associação (AMPE). Suas críticas encontravam ressonância no pensamento de outros expositores mais reservados. A falta de apoio da prefeitura, as práticas defensivas do comitê gestor e a fraca atuação da associação eram pontos comuns nas conversas entre os expositores, sendo as reclamações uma constante no cotidiano da feira.

Bem no início, em meus primeiros dias de feira, anotava todas as reclamações detalhadamente nos diários de campo. Contudo, fui percebendo que as situações se modificavam, mas o pano de fundo era o mesmo: o descontentamento dos expositores em relação à PMV, comitê gestor, AMPE e à ação dos meninos. Os meninos, por sua vez, também reclamavam dos expositores ao requisitar para si o direito de uso e apropriação da praça, ao mesmo tempo em que a PMV reclamava das reivindicações dos expositores. Todo esse clima de

descontentamento carregava consigo dúvidas constantes sobre a própria permanência da feira, gerando um espaço de incerteza e reclamação.

Não raro, eu chegava à feira e alguns expositores estavam reunidos reclamando das ações da PMV. Qualquer situação era motivo para que muitos expressassem seu descontentamento com a atuação do órgão, que na opinião deles, priorizava qualquer tipo investimento na cidade, exceto na feira, alegando não ter orçamento para realizar manutenções e melhorias da praça. No entendimento deles, questões simples como: iluminação precária e tomadas defeituosas; falta de contentores de lixo; não divulgação da feira nas ações da prefeitura; policiamento insuficiente; eram deixadas de lado em benefício de “investimentos mais importantes”, fazendo-os alimentar o medo da extinção das atividades da feira. Enquanto isso, o comitê gestor e a associação não tinham respostas positivas para essas demandas.

Certo dia, ao chegar à praça, notei uma grande movimentação dos expositores, todos muito irritados com a PMV, que havia desativado o ponto de ônibus que ficava no meio da praça, em frente à feira. O comitê gestor havia sido informado, mas ficou claro que nem todos os feirantes estavam a par da situação, expondo novamente o pouco envolvimento do comitê com os outros expositores. A ação inexpressiva do comitê gestor reforça, e em grande parte explica, a vontade de muitos expositores que este deixe de existir. Apesar de serem eleitos a cada dois anos pelos próprios feirantes, a formação desse grupo é uma exigência da PMV via decreto, para não ter que negociar cada ação com todos, ou seja, apenas com seus representantes, fato que desagrada à maioria.

A secretaria de obras do município iniciaria em breve uma obra para construir um recuo que desviasse os ônibus da avenida, com intuito de desafogar o intenso trânsito da região. Entretanto, por falta de informação e também pelo próprio clima de desconfiança instaurado entre as partes, a ação foi entendida como “mais um boicote aos feirantes”. Passados mais de dois meses após a desativação da parada de ônibus é que tapumes e máquinas indicavam que obra havia enfim começado (figura 6).



Figura 6 – Obra ponto de ônibus da praça.
Fonte: Acervo da autora.

Para além da imagem da praça como um canteiro de obras, o tapume representava àqueles sujeitos que as obras prometidas seriam realizadas, afastando – ainda que momentaneamente – o medo sobre a “morte” da feira, ou seja, “o início do fim” imposto pelo poder público. A crença sobre o desaparecimento da feira era uma constante, um símbolo propagado a partir da linguagem, uma representação, criada e recriada constantemente pela ação desses sujeitos ao buscarem tornar seu mundo, o espaço da feira, em algo que lhes conferissem sentido e significado. Conforme preconizado por Chanlat (1996), ao explorar a necessidade humana em tornar o mundo inteligível a si, ressignificando-o constantemente.

Ao explorar esses acontecimentos, lembrei-me dos ensinamentos de Magnani (2002) ao destacar a etnografia como método que busca resgatar certas práticas e dinâmicas urbanas, que revelam diferentes formas de uso e apropriação dos espaços da cidade, não revelados objetivamente e sem o qual eu não teria captado tais sentimentos. O que, de acordo com Cavedon (2014b), possibilita ainda reflexões *a posteriori*, que abrem caminho para novos entendimentos sobre a realidade pesquisada.

Em paralelo às reclamações dos expositores, estava a insatisfação da PMV, demonstrando descontentamento com “as constantes e repetidas demandas” dos feirantes. Em conversa com o V78, que se apresentava na defensiva ao responder perguntas sobre a decoração de Natal para a praça, ouvi a seguinte questão:

A minha resposta pra eles é “eu não sei”. Qual é a programação de Natal que vocês querem fazer? Então não sou eu quem tem que fazer a programação de Natal da praça dos namorados. São eles que têm que fazer a programação de Natal e eu vou contribuir da forma como a prefeitura deve e consegue contribuir nesse processo, mas eles têm que ponderar de que a feira é deles enquanto gestão daquele espaço de negócio. E é nossa enquanto gestão de um espaço público que tem turista, que tem morador, que tem comerciante, tem moradores de outros municípios que frequentam. Então tem diversos fatores ali que o nosso papel vai até determinado local, mas o papel deles vai também até determinado local (reunião PMV, 27/08/2015).

Enquanto os expositores esperavam da prefeitura todas as ações de melhoria para desenvolvimento da feira, esta esperava que os feirantes agissem, em suas palavras, como empreendedores, tomando a frente de seu próprio negócio. Contudo, noto a ausência, por parte dos expositores, da compreensão da feira enquanto espaço organizacional, permeado por relações de poder presentes nos espaços simbólicos de disputa, nos quais se reafirmam a diversidade, as contradições e tensões dos tempos e espaços (DALE; BURRELL, 2008).

Constantemente, como já mencionado, busquei a compreensão da feira como um espaço organizacional, entretanto minha vivência em campo conduziu-me à constatação de que se trata de pequenas organizações desassociadas. Essa falta de coesão implica em ações isoladas que limitam articulações mais amplas em benefício à maioria, principalmente em reivindicações antigas e recorrentes. Em termos práticos, quem perde é a organização feira, carregada de tensões que se estabelecem nesse espaço.

Desse modo, assemelhando-se a um cabo de guerra, no qual de um lado está a PMV e do outro os expositores, cada grupo tentava transferir para o outro a responsabilidade sobre os problemas. O descontentamento é recíproco, o que a meu ver ofusca a busca por beneficiar o maior número de envolvidos, além de prejudicar a formação de uma rede de ajuda e confiança mútuas que, conforme destaca Pinheiro-Machado (2009), é fundamental numa atividade econômica constituída por mecanismos informais presentes na feira.

Em meio a essas disputas estavam os “meninos”, que em sua maioria só queriam estar ali para comer, brincar, passar o tempo na feira. Esses sujeitos, mesmo

fazendo parte da diversidade cultural e nível de vida da sociedade, característica do espaço habitado (SANTOS 1988), não eram bem-vindos no momento da feira.

A preocupação com segurança apareceu em várias falas; o sentimento de insegurança, comum nas grandes cidades, era reforçado pela presença dos meninos que, na feira, emergiu como um símbolo compartilhado de violência e descaso social. Os expositores culpavam os meninos por afugentar os clientes ao pedirem coisas, ou, em alguns casos, por cometerem pequenos furtos. A PMV procurava se defender ao afirmar que todos eram referenciados e amparados por algum programa de assistência familiar, estudantes, com residência fixa e que o ato de pedir fazia parte da cultura deles, enraizada em seu modo de vida.

Independentemente disso ou daquilo, os meninos são também sujeitos produtores daquele espaço, fazem parte do contexto da feira, que só pode ser compreendida em sua totalidade a partir da intersubjetividade presente nas relações sociais que a constroem (DALE; BURRELL, 2008). Esses sujeitos subvertem a estratégia traçada por aqueles que têm poder sobre o espaço, no caso PMV e expositores, que conceberam o espaço para determinado fim, utilizando-o a partir da tática, como espaço de lazer, ou porque não dizer, de pedir.

Sem um entendimento ampliado, o que prevalece é um espaço fragmentado, ambíguo e contraditório, em virtude disso tudo, um espaço de convivência social. Esse espaço de convivência social está associado ainda à outra categoria teórica: o espaço percebido; um espaço de amizade, realização pessoal, liberdade e saudade que buscarei demonstrar a seguir.

5.4 ESPAÇO PERCEBIDO

O espaço percebido da feira da Praça dos Namorados é o lugar onde se dão as práticas espaciais em redes de interações de seus sujeitos, que, em sua dimensão material da vida social, produzem e reproduzem certa continuidade.

Entretanto, captado pelos sentidos, este é o espaço visto antes de concebido (LEFEBVRE, 2006), fruto “do casamento da sociedade com a paisagem” (SANTOS, 1988, p.25) em suas práticas cotidianas.

Dessa forma, este é o espaço no qual a prática espacial surge guiada pela dimensão material da vida social, presente nas redes de interações do cotidiano. Tais interações possibilitam ainda a produção e reprodução de lugares determinados e agrupamentos espaciais próprios, promovendo uma continuidade que se assemelha a uma coesão (LEFEBVRE, 2006). Na feira da Praça dos Namorados, essa aparente coesão pode ser observada em práticas cotidianas articuladas, num equilíbrio simbólico associado à amizade, cooperação, gratidão e realização pessoal, ou ainda, na representação de um espaço de liberdade e saudade.

Ademais, compreendi ainda que a feira é um espaço no qual a empatia se faz presente, para além das contradições de suas práticas espaciais, refletindo a tentativa daqueles sujeitos em ultrapassar a materialidade urbana, ao atribuir à feira finalidade e sentido próprio. Essa empatia, que perpassa os conflitos apresentados anteriormente, pode ser apreendida nas práticas do cotidiano dos expositores, que se aproximam de acordo com cada situação vivida, expressando consciência de que ora se está em posição de oferecer, ora será ele a precisar de ajuda.

Assim, como resultado da ação dos seres humanos, trata-se de um espaço que acumula conhecimento a respeito da cidade (e da praça), na realização da vida humana em suas interações materiais e sociais (CARLOS, 2007). Espaço no qual as amizades convivem com as disputas, a cooperação em seu sentido de “dar, receber e retribuir” confere ainda gratidão e realização pessoal aos expositores. Promove ainda sensação de liberdade e saudade para expositores, passantes e pesquisadora.

Desse modo, procurei compor a categoria teórica “espaço percebido” com observações que evidenciassem essas práticas espaciais e revelassem o espaço

percebido. Para isso, relatei as categorias temáticas: “espaço de amizade, cooperação, gratidão e realização pessoal” com o título “não tem lugar como este aqui” e a categoria “espaço de sensação de liberdade e saudade” com o título “isso aqui é uma cachaça, não tem como largar”. Novamente, escolhi esses títulos por entendê-los como a melhor representação dos sujeitos desta pesquisa para o espaço percebido da feira.

5.4.1 “Não tem lugar como este aqui”

Não raro eu ouvia dos expositores que a feira era como uma família, na qual as pessoas até se desentendem, mas são os laços que prevalecem. Esse também foi o meu sentimento. Bastava que um expositor estivesse com problemas para ligar as luzes de sua barraca que o E48 – eletricista de formação – corria para ajudar. Se alguém estivesse fazendo aniversário, o E13 – responsável pela rádio da feira – anunciava as felicitações para que todos pudessem ouvir. Com frequência, expositores (setor de artesanato) levavam bolos, tortas ou pizzas e distribuíam para aqueles que tinham suas barracas mais próximas fisicamente, já o cafezinho era por conta do E96.

Entre eles havia sempre alguém disposto a ajudar, carregar algo mais pesado que o normal, atender a freguesia enquanto o dono da barraca precisava se ausentar momentaneamente ou ainda olhar as crianças – filhos dos trabalhadores da feira, os quais passei a ver como “os filhos da feira”. Entre uma briga e outra, era o clima de amizade e cooperação que contribuía para o bem estar cotidiano e imediato daquelas pessoas, que não percebiam o passar das horas no relógio enquanto estavam trabalhando.

Esse contínuo de colaboração e amizade perpassa a lógica da reciprocidade numa comunicação material e simbólica. Sujeitos que buscam uma comunhão na qual esperam manter alianças proveitosas em relacionamentos saudáveis, uma

harmonia social ainda que instável e temporária no espaço vivido, num fluxo de ações e significações em constante mudança (MAUSS, 2003). Dessa maneira, estratégias de cooperação e competição emergem de maneira situacional, na medida em que, dependendo do contexto, as pessoas podem entrar em conflito ou se articularem, demonstrando uma realidade complexa, que não pode ser reduzida ao conflito ou à amizade.

Ademais, a amizade e a cooperação que estão presentes na feira formam uma vasta rede de ajuda e suporte mútuo. Uma realidade construída e compartilhada nas práticas espaciais (BERGER; LUCKMANN, 1976) gera empatia, ou seja, uma capacidade de compreensão emocional e estética que só faz sentido no contexto daqueles sujeitos. Essa interpretação, mediada pelas subjetividades e representações em ação, é resultado da articulação social e simbólica do espaço construído (LEFEBVRE, 2006).

Há ainda a busca pela realização pessoal no trabalho, como a história do T2, uma das primeiras pessoas com quem conversei, um montador que aos 12 anos de idade começou a trabalhar na feira para ajudar a família. Sempre sorridente, demonstrava muito orgulho pelo seu trabalho. Sua esposa e filha, de apenas três semanas de idade, o acompanhavam dia e noite na praça. Em sua vida adulta, bem que tentou trabalhar no mercado formal – com carteira assinada – mas assim como o E43, aguentou apenas um mês fora da feira.

Enquanto empregados, ao receber o primeiro salário, deram-se conta que o salário bruto não correspondia ao valor que “colocariam no bolso”. Na feira, eram seus próprios patrões, seguiam seu próprio ritmo, sem se sentirem explorados, além considerar que o que recebiam era um valor justo pelo serviço prestado. Esses dois homens, assim como tantos outros expositores em diferentes situações, compartilhavam o mesmo sentimento representado pela frase: “não há lugar como este aqui”, que ouvi tantas e tantas vezes.

A realização pessoal e a gratidão se misturavam. Realização ao assumir o papel de seu próprio patrão, ser gestor de seu negócio, ora produtor – artesãos e

quituteiros – ora comerciante. Comumente ouvi de expositores diferentes que “vender é uma arte”, como certa vez declarou o E56 “o artesão é um sujeito introspectivo, só lida com ele mesmo para fazer o seu trabalho, então vender pra ele é uma coisa difícil, também é uma arte” (DIÁRIO DE CAMPO, 05/07/2015).

Independentemente da categoria a qual pertenciam, não conheci um expositor sequer que afirmasse não gostar de estar ali. Uma gratidão que podia vista quando o E59 fazia o sinal da cruz em agradecimento após cada venda, da mesma maneira que os E5, E6, E16, E21, E22, E30, E31, E46, E60 e E70, que creditam à feira tudo o que conquistaram na vida. Também interpretei como expressão de gratidão as falas daqueles que veem a praça como um espaço de terapia – E7, E8, E18, E23, E29, E65 e E88 – ao responsabilizarem o trabalho na feira por sua saúde física e mental. Há ainda aqueles que eram gratos porque “cresceram ali”, literalmente tornaram-se adultos trabalhando ou acompanhando dos pais na feira – T2, E26, T28, E39, E42, E52, E59 e T89. Ao debruçar sobre esses relatos, lembrei-me de Mauss (2003) ao assumir que não é apenas a utilidade material se busca nas trocas, mas também o bem e o prazer, nas palavras do autor:

Os povos, as classes, as famílias, os indivíduos poderão enriquecer, mas só serão felizes quando souberem sentar-se, como cavalheiros, em torno da riqueza comum. Inútil buscar muito longo qual é o bem e a felicidade. Eles estão aí, na paz imposta, no trabalho bem ritmado, alternadamente em comum e solitário, na riqueza acumulada e depois redistribuída, no respeito mútuo e na generosidade recíproca que a educação ensina (MAUSS, 2003, p. 314).

A apropriação do espaço da praça pela feira possibilitou a esses sujeitos atribuir a esse espaço características pessoais e sociais de identificação, frutos da interação dessas pessoas com esse espaço (FISCHER, 1994). Claramente a materialização do processo da prática sócio-espacial da praça que se dá na “concretização das relações sociais produtoras dos lugares [...] dimensão da produção/reprodução do espaço, passível de ser vista, percebida, sentida, vivida” (CARLOS, 2007, p. 21). São então esses sujeitos que recriam a praça, conferindo a ela sentido próprio e particular, vinculado a suas histórias pessoais, sucedendo, portanto a próxima categoria temática: espaço de liberdade e saudade.

5.4.2 “Isso aqui é uma cachaça, não tem como largar”

“Isso aqui é uma cachaça, não tem como largar!”: não me lembro da quantidade de vezes em que ouvi essa frase, pronunciada por diferentes pessoas, expositores, representantes da prefeitura, fornecedores e trabalhadores da feira. Uma expressão carregada de sentimento e simbolismo que retrata a relação desses sujeitos com a praça, um vício, uma mania, um prazer. Um pensamento que se opõe à concepção, defendida pela PMV, de um trabalho temporário, denotando concepções diferentes de espaço entre expositores e poder público. Dessa forma, o espaço concebido pela PMV se choca com o espaço vivido como permanente pelos feirantes, revelado nas situações vividas no espaço de saudade.

Quem olhava de fora, percebia a feira como uma festa: muitos sorrisos, trabalhadores aparentemente à vontade, cada qual à sua maneira, uns mais sérios e solitários, outros mais falantes e festivos. Havia até aqueles que, em meio a um ou outro atendimento, tomavam sua cerveja, assistiam a uma pequena TV – montada estrategicamente atrás da barraca – principalmente aos domingos com futebol. Um espaço de aparente liberdade. Em meus registros de campo, percebi que o E85 não se cansava de repetir que o trabalho precisava ser tranquilo, que não estava ali para se estressar: “isso eu fazia antes, já trabalhei bastante, já ganhei muito bem e tive carro bom, hoje eu só quero fazer o que eu gosto e ganhar meu dinheirinho por isso” (DIÁRIO DE CAMPO, 30/08/2015). Formado em Direito e Administração, contou-me que sua vida já foi bem diferente quando morava em Brasília e trabalhava para o governo, chegou a ficar doente por causa da fadiga e pressão no trabalho. Foi quando resolveu mudar completamente sua vida, primeiro foi para São Paulo, depois para Vitória, onde encontrou no artesanato sua profissão, a liberdade no trabalho que buscava. Posteriormente migrou para a fuleragem, tornando-se o “rei da fuleragem”, como mencionado anteriormente, mas que ainda comercializa produtos feitos por ele.

Visto por alguns expositores, principalmente aqueles que buscavam a separação (artesanato e fuleragem), como símbolo depreciativo do trabalho na feira, a fuleragem para outros era ressignificada como algo positivo, fruto até mesmo de orgulho para alguém que dizia reinar sobre ela. Ao se opor à ideia de produtos de baixa qualidade, o E85 tinha como lema “fuleragem sim, mas da melhor qualidade”, confirmando que tinha conhecimento de como seus “colegas artesãos” avaliavam seus produtos, mas sem se mostrar afetado negativamente por tal pensamento.

Nesse contexto, os sujeitos da feira ressignificam a praça, transformando-a em seu espaço de experiência humana, vivenciado em seu cotidiano, fazendo desta algo maior que a própria feira, numa representação de seu próprio mundo de significações. Permeada por sentimentos e sentidos criados por essas pessoas, a feira adquire conotação maior que apenas um lugar de trabalho ou espaço de lazer urbano: torna-se ela própria símbolo de prazer e bem-estar daqueles sujeitos. Lefebvre (2006) declara que o espaço não pode ser concebido como passivo, ou mero produto da materialidade urbana. Ou seja, só há sentido falar-se em produção de um espaço social se este pode ser consumido nas relações sociais e culturais que produzem o seu próprio espaço.

Em tom de nostalgia, muitos expositores, principalmente aqueles que tinham mais de 20 anos de trabalho ali, relembavam como era a feira daquela época, com muitos mais expositores – cerca de 300 – e passantes. Os negócios também eram vistos como melhores, pois a cidade não oferecia muitos lugares de compra e não havia os *shoppings* que se tem hoje. Muitos relatam a precariedade da época, que exigia mais criatividade aos trabalhadores que precisavam contornar as adversidades e, por consequência, mais companheirismo entre eles.

Esses momentos compartilhados remetem ao espaço de saudade, que não só traz recordações, como emoções e imagens. Um simbolismo que possibilita uma compreensão das articulações não convencionais na organização (SARAIVA; CARRIERI, 2007) da própria feira. Fenômeno que valida a construção do espaço percebido, numa análise relacional e histórica (LEFEBVRE, 2006), permeada pela

própria história de vida dos sujeitos na feira, na qual se fazem presentes conflitos e relações de poder, mas também alegrias e prazeres.

Nesse sentido, a feira da Praça dos Namorados pode ser reconhecida como uma organização, fruto de uma construção simbólica, que, por suas conexões e diferentes interações com as práticas sócio-espaciais, vai além do local de trabalho para aqueles sujeitos. Além disso, permite a compreensão da interação social e material em uma produção ativa e social do espaço (DALE, BURRELL, 2008; LEFEBVRE, 2006).

As formas de apropriação dos espaços da feira variam ainda sob a influência desses elementos simbólicos, funcionais e ambientais (IPIRANGA, 2010). Assim, o espaço urbano da praça, quando apropriado pela feira, passa a ser “um espaço complexo, emaranhado, um conjunto de rupturas num fundo de continuidade” (AUGÉ, 2010, p. 87). Espaço esse resultante das “práticas cotidianas, do espaço vivido e de uma inquietante familiaridade da cidade” (CERTEAU, 2014, p.163), numa cidade que sustenta a realização do ser social, produtora também do espaço social (CARLOS, 2007); neste caso, o espaço social da feira.

Por seu caráter plural, esse espaço não é neutro, revelando-se como fruto da mediação entre a atividade mental que o inventou e a atividade social que o realiza em suas práticas cotidianas, no espaço existencial e na existência espacial. Uma relação com o mundo que viabiliza a existência tantos espaços quantas experiências espaciais diversas (CERTEAU, 2014), como espaços inacabados, constantemente produzidos e reproduzidos, significados e ressignificados. Desse modo, o vivido, o concebido, o percebido tornam-se inseparáveis no espaço praticado, possibilitando que o sujeito transite de um para outro sem se perder (LEFEBVRE, 2006).

Nesse contexto, a incessante resignificação desse espaço estabelece relações afetivas entre expositores, passantes, representantes da prefeitura, fornecedores, trabalhadores da feira e pesquisadora, possibilitando diferentes construções simbólicas e reinterpretações a respeito da feira. Esses elementos são produto e

pré-condição da existência do espaço construído e reconstruído proposto por Lefebvre (2006). Um espaço no qual se torna impraticável separar o vivido, o percebido e o concebido, corroborando a existência de um equilíbrio entre os três momentos/movimentos do espaço, um lugar praticado e produzido ambigualmente.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS: ENTRECruzAMENTO ESPAÇOS E SUJEITOS

A partir da lente oferecida pelo interpretativismo, foi possível descentrar o olhar ao captar a dinâmica dos aspectos simbólicos presentes na Feira de Artes e Artesanato da Praça dos Namorados. Um contexto que se mostrou plural, ambíguo e incerto, um cenário complexo permeado pelas subjetividades de seus sujeitos, espaço de trabalho e lazer; conflitos e incertezas; gratidão e saudade.

Nesse sentido, a opção pela etnografia enquanto método de investigação foi fundamental como veículo que norteou escolhas teóricas e metodológicas, bem como possibilitou uma maior aproximação entre pesquisadora e pesquisados, trazendo à tona o cotidiano e a voz dos sujeitos estudados. Em especial, destaco a mudança de estratégia na captação dos dados de campo, que se mostrou fundamental para compreensão da diversidade da feira de forma mais abrangente, o que proporcionou também a apreensão de suas homogeneidades e heterogeneidades.

Desse modo, esta pesquisa revela diferentes forças presentes no espaço da feira. Forças que atuam formando harmonias efêmeras, que coexistem num tênue equilíbrio simbólico que possibilita a existência da Feira de Artes e Artesanato da Praça dos Namorados. Mais especificamente, foi evidenciada a dinâmica das diferentes feiras na mesma feira, dinâmica esta que baliza os movimentos de aproximação e afastamento entre os sujeitos em seu cotidiano.

A partir da pesquisa, constato que praça e feira se confundem e se misturam, materialidade e intencionalidade, uma praça que possibilita a existência da feira e a feira que confere sentido e vida à praça. A interdependência entre esses dois signos está presente nas falas e na própria vida de seus sujeitos: trabalhadores, passantes, expositores e representantes do poder público, apesar de suas diferentes concepções e vivências de espaço.

Essas dissonâncias estão presentes, por exemplo, na noção explicitada pela PMV ao declarar a feira como um espaço de trabalho temporário, enquanto para os expositores este é um trabalho para toda uma vida, sua loja que lhes confere legitimidade e oportunidades. Temos aqui um espaço concebido pela PMV como temporário que se choca com o espaço vivido como permanente pelos feirantes. Essa divergência de percepções ressignifica também a ideia da feira como organização; dessa forma, os sujeitos acabam por atuar de forma independente, perdendo força em suas reivindicações, o que impacta igualmente nas suas formas de viver o trabalho. Essas contrastantes visões de feira fazem com que se acirrem os ânimos e deflagrem-se conflitos tanto entre expositores – quituteiros, artesãos e fuleragem – quanto entre eles e PMV.

Como forma de resistência em relação às regras pré-estabelecidas, diversos sujeitos deste estudo apropriam-se da praça e da feira por meio de diferentes práticas cotidianas, cada qual à sua maneira. Os meninos, que não são bem-vindos ali por expositores e passantes, mas que fazem da praça seu espaço de recreação ao procurar se divertir e comer, a seu modo. Os passantes, que desafiam o “não lugar” concebido da praça transformando-o no “lugar” próprio para o lazer seu e de seus familiares, um espaço relacional que se mistura à sua própria história. Entre os expositores, vêm à tona situações de descontentamento com o órgão de controle e a atuação daqueles que consideram não os representar a contento, como o comitê gestor e a associação; enquanto que para a PMV os expositores deveriam ser mais independentes e empreendedores em seus negócios. Assim, é no espaço vivido que as trajetórias individuais se constroem, desafiando o concebido nas apropriações e usos do cotidiano.

Nesse sentido, as práticas espaciais emergem em continuidades que simulam coesões, fruto das interações dos sujeitos nas práticas cotidianas associadas à amizade, cooperação, gratidão, realização pessoal, liberdade e saudade. Resultado da ação dos seres humanos, o espaço percebido da feira trata-se do lugar que acumula conhecimento a respeito da cidade, na realização da vida humana em suas interações materiais e sociais. Um esforço presente que reflete a tentativa humana em ultrapassar a materialidade urbana, atribuindo a esse

espaço características pessoais e sociais de identificação, além de finalidade e sentido próprio.

A feira da Praça dos Namorados é um espaço construído socialmente. Esse espaço está o tempo todo sendo ressignificado a partir de contínuas e constantes dinâmicas entre estratégias e táticas presentes nas práticas espaciais cotidianas dos expositores, PMV, passantes e meninos. As táticas, enquanto transgressões, impelem o surgimento de novas estratégias que, por sua vez, demandam, aos olhos de diferentes sujeitos, novas táticas, num contínuo do espaço vivido que se assemelha a um jogo em constante transformação, numa nem sempre clara diferenciação entre quem planeja e quem vive a feira. Uma relação situacional entre estratégia e tática, que depende da posição de poder na qual se encontram os sujeitos.

Ademais, é no entrecruzamento de vivências do espaço que reside o casamento entre estratégias e táticas, propiciando a apropriação por todos do espaço da praça. Um lugar praticado em suas condições conflituosas, ambíguas e de proximidades contratuais, por vezes instáveis, e que, em virtude de toda essa dinâmica, possibilita a produção do espaço da feira. Essa tênue e instável relação, presente nos diferentes espaços, é um dos fenômenos que tornam o mundo humano complexo, desafiador e ao mesmo tempo impressionante, permitindo uma profusão de interpretações, todas parciais e situacionais.

Ao buscar a compreensão dos espaços simbólicos, tendo como ponto de partida a proposição de Lefebvre (2006), este estudo revela na prática a impossibilidade de separar as três categorias de espaço oferecidas, impossibilidade que já havia sido proposta em sua obra. O concebido, o vivido e o percebido se misturam na vida humana, no cotidiano das pessoas e variam a todo instante entre os espaços de representação, as representações de espaço e as práticas espaciais. As próprias categorias de análise, apresentadas neste estudo, confirmam a tridimensionalidade do duplo conceito de espaço teorizada pelo autor.

O espaço concebido, percebido e vivido de Lefebvre (2006) e o espaço praticado de Certeau (2014) se mostraram, nesta ótica, complementares para a compreensão dos espaços simbólicos presentes na feira da Praça dos Namorados, revelando que ambos os autores podem ser articulados em torno de suas proposições de espaço, que se aproximam na existência espacial. Enquanto Lefebvre (2006) expõe uma relação macro entre representação e prática do espaço, Certeau (2014) enfatiza a margem de manobra do sujeito, lançando luzes sobre outras dimensões do fenômeno. O espaço concebido se faz presente na estratégia, enquanto o espaço vivido é o espaço praticado, modificado pela tática, nas maneiras de fazer dos sujeitos em seu cotidiano. As possibilidades de análise aqui apresentadas evidenciam o quanto tais concepções de espaço revelam relações sociais fluidas e situacionais no cotidiano.

Assim, lançando mão de tais proposições, esta pesquisa contribui ao oferecer uma maneira para compreensão dos espaços simbólicos presentes nos mais variados espaços organizacionais. Do ponto de vista teórico, mostra como as concepções de espaço de dois autores franceses, Henri Lefebvre e Michel de Certeau, podem ser articuladas no entendimento dos processos de produção e reprodução dos espaços simbólicos. Do ponto de vista prático, revela um pouco mais sobre a história da Feira de Artesanato e Artes da Praça dos Namorados e o cotidiano de seus sujeitos, numa incessante ressignificação desse espaço que estabelece relações afetivas entre expositores, passantes, representantes da prefeitura, fornecedores, trabalhadores da feira e pesquisadora.

Outrossim, pensando em possíveis trabalhos futuros, alguns elementos que emergiram ao longo desta pesquisa podem ter mais atenção. Tendo em vista os embates desvendados ao longo do trabalho de campo, que remetem às primeiras memórias de apropriação e reapropriação da feira – emergindo os conflitos aqui apresentados entre artesanato e fuleragem – creio que seja interessante o desenvolvimento de outros estudos que busquem recuperar essa construção simbólica da praça enquanto espaço organizacional, a partir do resgate histórico da feira e seus sujeitos.

REFERÊNCIAS

AUGÉ, M. **Por uma antropologia da mobilidade**. Maceió: Ed. UNESP/UFAL, 2010.

_____. **Não lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 2012.

BAUER, M.; GASKELL, G; ALLUM, N. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento - evitando confusões. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

BENEDET, M., S. **Apropriação de praças públicas centrais em cidades de pequeno porte**. 2008. 165 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) - Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Florianópolis, 2008.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A Construção Social da Realidade**. Tratado de Sociologia do Conhecimento. 4ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1976.

BURRELL, G. Ciência normal, paradigmas, metáforas discursos e genealogias da análise. In: CLEGG, S; HARDY, C.; NORD, W. (Orgs.). **Handbook de estudos organizacionais**. v. 1, p. 439-462. São Paulo: Atlas, 1999.

BURRELL, G.; MORGAN, G. **Sociological paradigms and organizational analysis**; elements of the Sociology of corporate life. London: Heinemann, 1979.

CARLOS, A., F., A. **O espaço urbano**: novos escritos sobre a cidade. São Paulo: Labur Edições, 2007.

CARRIERI, A. et al. Os espaços simbólicos e a construção de estratégias no Shopping Popular Oiapoque. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro , v. 6, n. 2, Jun 2008 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512008000200004&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 10 out. 2014.

CARRIERI, A. P.; LEITE-DA-SILVA, A. R. Aspectos simbólicos da gestão organizacional. In: Tecnologias de gestão: por uma abordagem multidisciplinar. JUNQUILHO, G. S. et al (Orgs). Vitória: EDUFES, 2007.

CARRIERI, A. P.; SOUZA, M. M. P.; LENGLER, J. A Dimensão identitária em duas feiras hippies: uma comparação entre Estados Unidos e Brasil. **Gestão.Org**, v. 2, n. 9, p. 409 – 437. Mai/Ago 2011.

CAVEDON, N. R. **Antropologia para administradores**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

_____. As representações sociais circulantes no período de margem do ritual de passagem: o caso dos peritos criminais em estágio probatório. **Revista de Administração Mackenzie**, v.15, n.2, Mar/Abr 2014a.

_____. Método etnográfico: da etnografia clássica às pesquisas contemporâneas. In: SOUZA, E. M. (Org.) **Metodologias e análises qualitativas em pesquisa organizacional**: uma abordagem teórico-conceitual. Vitória: EDUFES, 2014b. p. 65-90.

CERTEAU, M de. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de fazer / Michel de Certeau; Tradução de Ephraim Ferreira Alves. 22ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

CHANLAT, Jean-François. Por uma Antropologia da condição humana nas organizações. In: CHANLAT, Jean-François (Coord.). **O indivíduo na organização**: dimensões esquecidas. v. 1. São Paulo: Atlas, 1996.

CLEGG, S. R.; HARDY, C. Introdução: organização e estudos organizacionais. In: CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W. (Orgs.). **Handbook de estudos organizacionais**. v. 1, p. 27-57, 1999. São Paulo: Atlas.

DALLA CHIESA, C.; FANTINEL, L. "Quando eu vi, eu tinha feito uma etnografia": notas sobre como não fazer uma "etnografia acidental". VIII Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD. **Anais...** Gramado, 2014.

DALE, K.; BURRELL, G. **The spaces of organisation & organization of space**: power, identity & materiality at work. New York: Palgrave, 2008.

DE SOUZA, M. M. P. et al. Do "beija e deixa" ao "membro virtual": os vários usos do sagrado na Feira do Jubileu de Congonhas. **Revista de Administração**, v. 49, n. 2, p. 429-440, 2014.

FANTINEL, L. D. **Os significados do espaço e as sociabilidades organizacionais**: estudo de um café em Salvador. 2012. 216 f. Tese (Doutorado em Administração) – Núcleo de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012.

FANTINEL, L. D.; CAVEDON, N. R. A cultura organizacional do restaurante Chale da Praça XV em Porto Alegre: espaços e tempos sendo revelados. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 11, p. 6-37, 2010.

FERRETTI, M. Feiras Nordestinas – Estudos e problemas. In: FERRETTI, S. (org.) **Reeducando o olhar: estudos sobre feiras e mercados**. São Luis, Maranhão: Edições Universidade Federal do Maranhão/Proin-CS, 2000. p. 36-66.

FIGUEIREDO, M. D.; CAVEDON, N. R. O espaço organizacional e o espaço da cidade: as diversas formas de apropriação física e simbólica de um centro comercial em Porto Alegre. **Gestão e Sociedade**. Belo Horizonte, v. 6, n. 15, p. 227-253, Set/Dez 2015.

FIGUEIREDO, M. D.; MARQUESAN, F. F. S. Artesanato, Arte, Design... Por que Isso Importa aos Estudos Organizacionais? **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 3, n. 3, p. 127-143, 2014.

FILGUEIRAS, B. S. C. **Do mercado popular ao espaço de vitalidade: o Mercado Central de Belo Horizonte**. Dissertação de Mestrado em Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2006.

FISCHER, G. N. Espaço, identidade e organização. In: CHANLAT, Jean-François (Coord.). **O indivíduo na organização: dimensões esquecidas**. v. 2. São Paulo: Atlas, 1994.

FISCHER, T. A cidade como teia organizacional: inovações, continuidades e ressonâncias culturais Salvador, BA, cidade puzzle. **RAP - Revista de Administração Pública**. v. 3, p. 74-88. Rio de Janeiro, mai-jun 1997.

_____. Símbolos da brasilidade e *Ethos* barroco: territórios acadêmicos emergência tribal. In: CARRIERI, A. P; SARAIVA, L. A. S. (Orgs.) **Simbolismo organizacional no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2007.

FRANCO, M. L. P. B. **Análise de conteúdo**. Brasília: Editora Plano, 2008.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.

GOODE, W. J.; HATT, P. K. **Métodos em pesquisa social**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1979.

HYDLE, K. M. Temporal and Spatial Dimensions of Strategizing. **Organization Studies**, v. 36, n. 3. Mar, 2015. p. 1–21. Disponível em: < <http://oss.sagepub.com/content/early/2015/03/19/0170840615571957.full.pdf+html> > . Acesso em: 23 mar. 2015.

IBGE. **Censo 2010**. Disponível em: <<http://legado.vitoria.es.gov.br/regionais/home.asp>>. Acesso em: 28 mar. 2015.

IPIRANGA, A. S. R. A cultura das cidades e seus espaços intermediários: os bares e os restaurantes. **RAM – Revista de Administração Mackenzie**. v. 11, n. 1, p. 65-91. São Paulo, jan/fev 2010.

KANISHKA G. Marxim and everyday life on Henri Lefebvre, Guy Debord, and some others. In: KANISHKA G.; STEFAN K.; RICHARD M.; CHRISTIAN S. **Space, Difference, Everyday Life: Reading Henri Lefebvre**. New York: Taylor & Francis, 2008. p. 117-113.

KOCIATKIEWICZ, J; KOSTERA, M. Into the Labyrinth: Tales of Organizational Nomadism. **Organization Studies**, v. 36, n. 3, p. 55–71 Jan. 2015. Disponível em:

< http://oss.sagepub.com/content/early/2014/09/12/017084061454_6154.full.pdf+html> . Acesso em: 15 mar. 2015.

LEFEBVRE, H. **A produção do espaço**. Trad. Doralice Barros Pereira e Sérgio Martins (do original: *La production de l'espace*. 4e éd. Paris: Éditions Anthropos, 2000). Primeira versão: 2006.

MAC-ALLISTER, M. A cidade no campo dos estudos organizacionais. **Organizações & Sociedade**, Salvador, v. 11, edição especial, p. 171-181, 2004.

MAGNANI, J. G. C. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. **Revista brasileira de Ciências Sociais**. São Paulo, v. 17, n. 49, p. 11-29, Jun. 2002 .

MANZINI, E. J. Considerações sobre a elaboração de roteiro para entrevista semiestruturada. In: MARQUEZINE, M. C.; ALMEIDA, M. A.; OMOTE, S. (orgs) **Colóquios sobre pesquisa em educação especial**. Londrina: Edue, 2003, p. 1-25.

MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva: forma e razão de troca nas sociedades arcaicas. In: MAUSS, M. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

MORGAN, G.; FROST, P.; PONDY, L. Organizational symbolism. In: PONDY, L. et al. (Eds.). **Organizational symbolism**. Connecticut: Jay Press, 1983. p. 3-35.

MOTT, L. R. B. Subsídios à história do pequeno comércio no Brasil. **Revista de História**, São Paulo, ano 27, n. 105, p. 81-106, jan./ mar. 1976.

_____. Feira e mercados: pistas para pesquisa de campo. In: FERRETTI, S. (org.) **Reeducando o olhar: estudos sobre feiras e mercados**. São Luis, Maranhão: Edições Universidade Federal do Maranhão/Proin-CS, 2000. p.13-34.

MOZZATO, A. R.; BITENCOURT, C. C. Understanding Interorganizational Learning Based on Social Spaces and Learning Episodes. *BAR, Braz. Adm. Rev.*, Rio de Janeiro, v. 11, n. 3, p. 284-301, Jul/Set 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1807-76922014000300284&lng=en&nrm=iso> . Acesso em: 03 abr. 2015.

OLIVEIRA, A. F. ; RIGO, J. **Estatuto da Associação das Micro e Pequenas Empresas, Empreendedores Individuais, Artesãos e Expositores da Praça dos Namorados em Vitória, Estado do Espírito Santo**. Vitória, 2013. Disponível em : < <http://pracadosnamorados.org/>> Acesso em : 07 fev. 2015.

PINHEIRO-MACHADO, R. **Made in China**: Produção e circulação de mercadorias no circuito China-Paraguai-Brasil. 2009. 332 f. Tese (Doutorado em Antropologia) – Programa de Pós Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

PIMENTEL, T. D.; et al. As representações e as práticas sociais das “sacoleiras” na feira hippie de Belo Horizonte: A representação social de empreendedoras de pequenos negócios. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 5, n. 2, p. 60-76, Mai/Ago 2011.

PIMENTEL, T.D.; CARRIERI, A.P.; LEITE-DA-SILVA, A. R. Ambiguidades identitárias na “Feira Hippie”/Brasil. **Comportamento organizacional e gestão**, v. 13, n. 2, p. 213-236, 2007.

SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado**, fundamentos teórico e metodológico da geografia. São Paulo: Hucitec, 1988.

_____. **Natureza do Espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

SARAIVA, L. A. S.; CARRIERI, A. P. Por que simbolismo organizacional no Brasil? In: CARRIERI, A. P; SARAIVA, L. A. S. (Orgs.) **Simbolismo organizacional no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2007.

_____. Simbolismo e dinâmica nas organizações. In: Encontro de Estudos Organizacionais, ANPAD. **Anais...** Belo Horizonte, 2008.

_____. Organização-cidade: proposta de avanço conceitual a partir da análise de um caso. **RAP - Revista de Administração Pública**. v. 46, Rio de Janeiro, p. 547-576, Mar/Abr 2012.

SATO, L. Processos cotidianos de organização do trabalho na feira livre. **Psicologia & Sociedade**, v. 19, ed. especial, p. 95-102. Porto Alegre, 2007.

SENNETT, R. **O artífice**. Rio de Janeiro: Record, 2013.

SERVA, M.; JAIME JUNIOR, P. Observação participante pesquisa em administração: uma postura antropológica. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 3, p. 64-79. São Paulo, Jun 1995. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-5901995000300008&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 04 abr. 2015.

SOUSA, A. M. A feira livre na Cohab: contatos iniciais com a realidade da feira do produtor rural em São Luís. In: FERRETTI, S. (org.) **Reeducando o olhar: estudos sobre feiras e mercados**. São Luis, Maranhão: Edições Universidade Federal do Maranhão/Proin-CS, 2000. p.67-96.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1997.

TURNER, B. A. Introduction. In: TURNER, B. A. (Ed.). **Organizational symbolism**. New York: De Gruyter, 1990. p. 1-11.

TYLER, M.; COHEN, L. Spaces that Matter: Gender Performativity and Organizational Space. **Organization Studies**, v. 31, n. 2, p. 175–198, Feb 2010. Disponível em: < <http://oss.sagepub.com/content/31/2/175.full.pdf+html>>. Acesso em: 25 mar. 2015.

VITÓRIA (município). **Decreto-lei** nº 12.001, de 28 de julho de 2004. Aprova o regulamenta do Programa de Artes na Praça. A TRIBUNA, Vitória, 06 de agosto de 2004. Disponível em: <<http://sistemas.vitoria.es.gov.br/webleis/consulta.cfm?id=95284>>. Acesso em: 02 abr. 2015.

_____. **Prefeitura Municipal**: Atrativos contemporâneos. Vitória: 2013a. Disponível em: <<http://www.vitoria.es.gov.br/turismo.php?pagina=pracadosnamorados>>. Acesso em: 07 jun. 2014.

_____. **Prefeitura Municipal**: Secretaria de Comunicação. Vitória: 2013b. Disponível em: <http://www.vitoria.es.gov.br/secom.php?pagina=sala_de_imprensa>. Acesso em: 07 jun. 2014.

_____. **Prefeitura Municipal**: Secretaria de Turismo, Trabalho e Renda. Vitória: 2013c. Disponível em: <<http://www.vitoria.es.gov.br/semtre.php?pagina=noticias&idNoticia=14682>>. Acesso em: 07 jun. 2014.

_____. **Vitória em dados**. Secretaria de Gestão Estratégica / Gerência de Informações Municipais. Disponível em: <<http://legado.vitoria.es.gov.br/regionais/home.asp>>. Acesso em: 02 abr. 2015.

YANOW, D. Organizational ethnography between toolbox and world-making. **Journal of Organizational Ethnography**, vol. 1, n. 1, p. 31-42, 2012.

APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO



Programa de
Pós- Graduação
em Administração
UFES

Mestrado e Doutorado

Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas
Programa de Pós - Graduação em
Administração

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

A Secretaria de Turismo, Trabalho e Renda da Prefeitura Municipal de Vitória, declara que fui informada sobre a pesquisa que tem como título "ENTRE COMIDA, ARTESANATO E... FULERAGEM? UMA ETNOGRAFIA NA FEIRA DE ARTESANATO E ARTES DA PRAÇA DOS NAMORADOS" e também sobre o seu objetivo: "compreender os aspectos simbólicos relacionados ao espaço da feira de artesanato e artes da Praça dos Namorados, nas perspectivas de passantes e expositores que compartilham o local".

Declara ainda que foi igualmente informada:

- Que será identificada enquanto órgão representante do poder público, porém as pessoas participantes da entrevista e reuniões não serão identificadas nominalmente e que as informações obtidas serão utilizadas exclusivamente para essa pesquisa, a qual terá como resultado Dissertação de Mestrado e possíveis artigos científicos;
- Que tem a liberdade de retirar meu consentimento a qualquer momento e deixar de participar do estudo sem nenhum prejuízo pessoal;
- Do sigilo das informações prestadas e possibilidade de desistência em qualquer circunstância e etapa da pesquisa.

Esta pesquisa é desenvolvida por Fabiana Florio Domingues, aluna do curso de Mestrado em Administração da Universidade Federal do Espírito Santo, sob orientação da Profª. Drª. Letícia Dias Fantinel.

Assinatura:


Leonardo Ferreira de Mello
Gerente de Inc. Digital e Prom. da Econ. Solidária
PMV-SEMTRE/GIDES
Matrícula - 615421

Vitória, 29 de Fevereiro de 2016.

APÊNDICE B - ROTEIRO DE ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE COM
REPRESENTANTE DA PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA

DATA: 02/04/2015

Pontos chave:

1. Histórico e surgimento da feira da Praça dos Namorados;
2. Quantidade real *versus* oficial de barracas de alimentação, artesanato e brinquedos;
3. Estimativa da quantidade de pessoas que circulam nesse espaço;
4. Que outras das praças apresentam características semelhantes;
5. Particularidades sobre a feira e seus sujeitos;
6. O que motivou a mudança de leiaute, objetivos e resultados;
7. Importância que a PMV identifica na existência desse espaço;
8. Abertura para obter alguma informação, a partir do estudo, para atender a alguma demanda que a PMV tenha em relação a esse espaço.

APÊNDICE C - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM PASSANTES DA FEIRA DE ARTESANATO E ARTES DA PRAÇA DOS NAMORADOS

Pontos chave:

1. Região da cidade que mora;
2. Frequência em que vai à feira;
3. Motivo que o leva à feira;
4. O que consome;
5. Para turistas e visitantes da região – como ficou sabendo da feira;
6. O que a feira representa para ele(a);
7. Opinião sobre o motivo que leva outras pessoas a frequentarem a feira.